



저작자표시-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

문 윤 경 교수지도
석사학위청구논문

대중스타의 메이크업에 나타난
키치적 요소에 관한 연구

- 2000년대 이후 국내외 대중스타를 중심으로 -

2014

성신여자대학교 융합디자인예술대학원
융합디자인예술학과 메이크업·특수 분장 전공
권 성 효

대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소에 관한 연구

- 2000년대 이후 국내외 대중스타를 중심으로 -

문 윤 경 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2013년 11월

성신여자대학교 융합디자인예술대학원
융합디자인예술학과 메이크업 · 특수 분장 전공
권 성 효

인 준 서

권성효의 석사학위 논문으로 인준함

심사위원 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

성신여자대학교 융합디자인예술대학원

논문개요

문화적 다양성과 개인적 기호가 존중되는 현대는 수많은 이념, 사상, 정보들이 경계가 모호하고 복합적인 상태로 혼재되어 있으며, 이러한 시대를 살아가는 사람들은 가치관과 자의식을 확립하여 주체적 존재로 남길 원한다.

현대사회의 뷰티산업이 발달하면서 패션이미지로 자신의 정체성을 표현하려는 사람들에게 메이크업은 개성과 가치를 드러내는 효과적인 수단이 되었다. 주관적인 미적 감각을 반영한 메이크업은 개성적인 성격이 짙은 ‘키치’와 그 맥락을 같이하며 키치메이크업이라는 하나의 메이크업스타일로 발전했고, 이는 개인의 정체성은 물론 대중적 취향, 하위문화의 의식, 또는 시대가 추구하는 키치문화 등을 메이크업에 반영하고 있다.

오늘날 키치의 범람 현상 속에 우리의 주변은 키치로 넘쳐난다. 최근 들어 대중스타들의 패션에서 키치적 특성이 자주 발견되는 것은 키치가 유행과 소비문화의 핵심 코드로 발전하고 있음을 의미하며 이는 동시에 키치메이크업의 대중화, 상용화의 가능성을 보여준다. 차별성을 추구하며 빠르게 변화하는 현대사회 속에서 키치메이크업이 대중들에게 선호되며 보편화되기 위해서는 참신한 디자인 개발을 위한 전략적 접근과 심층적 분석이 필요하다. 본 연구는 2000년대 이후부터 현재까지 활동하고 있는 국내외 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소를 연구함으로써 시대의 유행과 대중의 기호가 반영된 키치메이크업 디자인이 개발되는데 도움이 되고자 하였다.

고미술품의 모조품, 저속한 것, 통속적인 싸구려 예술 등을 의미하는 ‘키치’는 누적·축적성, 부적합성, 공감각성, 중용성, 낭만성, 쾌적성의 특성을 지니며, 오늘날 일상적인 예술, 대중 패션 등을 폭넓게 아우르는 고급문화와 대중문화를 연결점이 되었다. 자본주의와 소비문화를 바탕으로 하는 현대사

회 속에서 키치는 대중문화와 함께 사회전반에 나타나고 있다.

‘대중스타’는 시대의 유행을 이끌고 대중들의 가치관이나 기호를 대변하며, 모방과 선망의 심리를 불러일으키는 매체시대의 우상이다. 대중스타의 메이크업은 대중의 주목을 받는 메이크업으로, 그 시대의 메이크업 특징과 경향을 반영한다.

‘키치메이크업’은 다양하고 창의적인 메이크업 표현의 장을 열어 주며 메이크업문화의 발달에 지대한 영향을 미쳤다. 주로 전위적이고 주관적인 미적 감각으로 촌스럽거나 유치하게 표현되고, 물리적·심리적인 미적특성을 갖는다. 자극적인 원색이나 고명도 고채도의 키치적 ‘색’, 또는 익숙하고 유치한 싸구려 ‘소재’의 활용, 얼굴의 ‘형태’를 무시한 연출법 등 물리적 특성을 통해 키치적 이미지를 표현하고, 이를 통해 보는 이에게 놀라움, 쾌감, 우월감 등을 주어 웃음을 자아내는 ‘유희성’, 색, 선, 면의 분할, 콜라주, 오브제 등의 다양한 방법을 이용해 형상을 그려내는 ‘회화성’, 삶을 탈피하려는 욕구나 동심의 동경 등 사회적 해방의 감정을 표현하는 ‘향수성’, 현대문명속 쾌락주의에서 나타나며 주로 관능적, 양성적으로 표현되는 ‘퇴폐성’, 하위문화 집단들의 개성과 저항의 의지를 담고 부적절한 형태로 나타나는 ‘저항성’ 등 심리적 특성을 나타낸다.

‘대중스타들의 메이크업에 나타난 키치적 요소’에는 첫째, 저속하고 유치한 장식물들의 과도한 누적을 통해 산만하고 과장된 이미지를 연출하는 ‘과잉 장식성’, 둘째, 인간의 본능인 성적 욕구를 가볍고 유희적으로 풀어내는 ‘관능성’, 셋째, 놀이성은 지루한 일상에서 벗어나 즐거움으로 이동하려는 도피 심리를 바탕으로 유희적 쾌락과 자유의 감정을 제공하는 ‘놀이성’, 넷째, 부러움의 시선을 기대하는 심리에서 비롯되며, 사회적 정체성을 구성하고 타인의 관심을 끄는 ‘과시성’, 다섯째, 환상을 통해 욕구를 해소하려는 심리에서 비롯되며, 대리적 정서체험을 통해 결핍의 감정을 극복하는 ‘대리만족성’, 여섯째, 과거로의 회귀를 지향하고 심리적 안정감을 주며 과거를 새롭

게 이용, 발전, 재생시키는 ‘복고성’이 있다.

키치는 현대의 소비사회, 대중문화, 자본주의와 함께 하며, 우리의 삶 속에 항상 존재하는 일상적인 것으로 우리는 이미 그것에 익숙하다. 대중스타들이 선보이는 키치메이크업 디자인에서 대중화의 가능성을 찾을 수 있었으며, 키치메이크업이 보편화된 하나의 스타일로 자리 잡게 하기 위한 지속적인 연구는 성숙한 키치문화의 발달과 더불어 메이크업문화의 성장에도 도움이 될 것이다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
II. 이론적 배경	
1. 키치	4
2. 키치메이크업	15
3. 대중스타	19
III. 키치메이크업의 특성	
1. 키치메이크업의 물리적 특성	23
2. 키치메이크업의 심리적 특성	35
IV. 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소	51
1. 과잉장식성	52
2. 관능성	57
3. 놀이성	62
4. 과시성	67
5. 대리만족성	72
6. 복고성	76
V. 결론	82

참고문헌

ABSTRACT

그림목차

<그림 1> 키치메이크업 (1)	17
<그림 2> 키치메이크업 (2)	17
<그림 3> 키치메이크업 (3)	17
<그림 4> 키치메이크업 (4)	17
<그림 5> 키치메이크업 (5)	18
<그림 6> 키치메이크업 (6)	18
<그림 7> 키치메이크업 (7)	18
<그림 8> 키치메이크업 (8)	18
<그림 9> John Galliano Spring 2008	31
<그림10> Vivienne Westwood S/S 2012(1)	31
<그림11> Christian Dior Spring 2004(1)	31
<그림12> Meadham Kirchhoff Spring 2012(1)	31
<그림13> Chanel Spring 2014	32
<그림14> Meadham Kirchhoff F/W 2012	32
<그림15> Christian Dior 2003 pat mcgrath	32
<그림16> Fendi S/S 2012(1)	32
<그림17> Christian Dior Spring 2008	33
<그림18> Christian Dior Spring 2013	33
<그림19> Manish Arora 2007	33
<그림20> Chanel Spring 2013	33
<그림21> Christian Dior Spring 2002	34
<그림22> Vivienne Westwood S/S 2012(2)	34
<그림23> Christian Dior Spring 2003(1)	34

<그림24> Christian Dior Spring 2003(2)	34
<그림25> Christian Dior Fall 2003(1)	35
<그림26> Christian Dior Fall 2006	35
<그림27> Fendi S/S 2012(2)	45
<그림28> Jean Paul Gaultier Fall 2013	45
<그림29> Jeremy Scott S/S 2012	45
<그림30> Vivienne Westwood S/S 2012(3)	45
<그림31> John Galliano S/S 2009	46
<그림32> Vivienne Westwood F/W 2013	46
<그림33> Alexander McQueen S/S 2008	46
<그림34> Christian Dior Spring 2004(2)	46
<그림35> Christian Dior Spring 2003(3)	47
<그림36> Meadham Kirchhoff Spring 2012(2)	47
<그림37> Jean Paul Gaultier 2013(1)	47
<그림38> Christian Dior Spring 2007	47
<그림39> Dior Haute Couture AW 2012	48
<그림40> Christian Dior Spring 2003(4)	48
<그림41> Jean Paul Gaultier S/S 2010	48
<그림42> Jean Paul Gaultier Fall 2012	48
<그림43> Jean Paul Gaultier Spring 2013	49
<그림44> Jean Paul Gaultier 2013(2)	49
<그림45> Rodarte Fall 2010	49
<그림46> Christian Dior Fall 2003(2)	49
<그림47> Jean Paul Gaultier 2013(3)	50
<그림48> John Galliano Spring 2004	50
<그림49> Vivienne Westwood S/S 2014	50

<그림50> Viktor & Rolf F/W 2011	50
<그림51> 과잉장식 키치메이크업(1)	55
<그림52> 과잉장식 키치메이크업(2)	55
<그림53> 과잉장식 키치메이크업(3)	55
<그림54> 과잉장식 키치메이크업(4)	55
<그림55> 과잉장식 키치메이크업(5)	56
<그림56> 과잉장식 키치메이크업(6)	56
<그림57> 과잉장식 키치메이크업(7)	56
<그림58> 과잉장식 키치메이크업(8)	56
<그림59> 관능적 키치메이크업(1)	60
<그림60> 관능적 키치메이크업(2)	60
<그림61> 관능적 키치메이크업(3)	60
<그림62> 관능적 키치메이크업(4)	60
<그림63> 관능적 키치메이크업(5)	61
<그림64> 관능적 키치메이크업(6)	61
<그림65> 관능적 키치메이크업(7)	61
<그림66> 관능적 키치메이크업(8)	61
<그림67> 놀이적 키치메이크업(1)	65
<그림68> 놀이적 키치메이크업(2)	65
<그림69> 놀이적 키치메이크업(3)	66
<그림70> 놀이적 키치메이크업(4)	66
<그림71> 놀이적 키치메이크업(5)	66
<그림72> 놀이적 키치메이크업(6)	66
<그림73> 놀이적 키치메이크업(7)	67
<그림74> 놀이적 키치메이크업(8)	67

<그림 75> 과시적 키치메이크업(1)	70
<그림 76> 과시적 키치메이크업(2)	70
<그림 77> 과시적 키치메이크업(3)	71
<그림 78> 과시적 키치메이크업(4)	71
<그림 79> 과시적 키치메이크업(5)	71
<그림 80> 과시적 키치메이크업(6)	71
<그림 81> 과시적 키치메이크업(7)	72
<그림 82> 과시적 키치메이크업(8)	72
<그림 83> 대리만족 키치메이크업(1)	74
<그림 84> 대리만족 키치메이크업(2)	74
<그림 85> 대리만족 키치메이크업(3)	75
<그림 86> 대리만족 키치메이크업(4)	75
<그림 87> 대리만족 키치메이크업(5)	75
<그림 88> 대리만족 키치메이크업(6)	75
<그림 89> 대리만족 키치메이크업(7)	76
<그림 90> 대리만족 키치메이크업(8)	76
<그림 91> 복고적 키치메이크업(1)	79
<그림 92> 복고적 키치메이크업(2)	79
<그림 93> 복고적 키치메이크업(3)	80
<그림 94> 복고적 키치메이크업(4)	80
<그림 95> 복고적 키치메이크업(5)	80
<그림 96> 복고적 키치메이크업(6)	80
<그림 97> 복고적 키치메이크업(7)	81
<그림 98> 복고적 키치메이크업(8)	81

I. 서론

획일성이 만연하는 사회적 풍조 속에 21세기 현대인들은 남들과 차별화된 자신만의 개성을 중요시하게 되었다. 자유로운 개성표현과 주관적인 미적 가치가 존중받는 시대적 분위기가 형성되면서, 현대인들은 본인만의 개성과 가치를 찾는 방법 중 한가지로 충격적이고 자극적이며 저속한 취향을 추구하는 ‘키치(kitsch)’를 받아들이게 되었다.

절대적 기준으로 대상의 가치를 판단하던 과거와 달리 상대적 기준이 적용되는 현대사회 속에서 고정되어 있던 미적기준 또한 새로운 미학적 논리를 적용하며 ‘나쁜 예술’, ‘쓰레기 미학’ 이라 불리는 키치 문화가 등장한다. 키치 문화는 현대의 무분별한 소비문화와 맞물려 전성기를 누리고 있으며, 고급문화와 대중문화를 연결하는 새로운 문화예술로서 음악, 회화, 조각, 디자인, 패션 등 다양한 분야에서 미적 범주를 확대하며 발전하고 있다.

현대사회에서 뷰티산업이 차지하는 비중과 중요도가 증가하면서 메이크업은 자아 정체성을 표현하는 중요한 매개체가 되었다. 다양한 현대의 미적 관념 속에서 대중들은 일률적인 기존의 미학에서 벗어난 새로운 메이크업스타일을 연구하기 시작했고, 이러한 대중적 취향을 반영하듯 키치적 요소가 가미된 키치메이크업이 생겨났다.

1990년대 이후 폭발적인 대중매체의 증가와 대중문화의 발달 속에서 탄생한 대중스타는 대중과 밀접한 관계를 갖으며 매체시대의 우상이 되었다. 이들은 ‘트렌드 세터(trend-setter)’가 되어 사회전반에 커다란 영향을 미치며 시대의 유행을 주도하고 있다. 이러한 대중스타들이 키치스타일을 선보이고 유행시키면서 키치메이크업은 대중에게 어필할 수 있는 메이크업이 되어 키치문화와 함께 발전하고 있다. 최근 많은 대중스타들의 패션에서 키치적 특성을 쉽게 발견할 수 있는 것은 키치가 현시대 유행의 중심에 있음을 나타

내고 있으며, 새로움을 추구하며 빠르게 변화하는 현대사회의 흐름에 따라 키치메이크업도 차별화된 다양한 이미지를 창출하기 위한 다방면적 접근과 심층적 분석이 요구되는 실정이다.

본 연구는 유행에 직접적인 영향력을 미치는 대중스타를 연구대상의 범주로 설정하여 2000년대 이후부터 현재까지 활동하고 있는 국내외 대중스타를 분석대상으로 하였으며, 키치메이크업의 미적특성과 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소를 분석함으로써 시대의 유행과 대중의 기호가 반영된 키치메이크업의 디자인개발에 도움이 되는데 그 목적이 있다. 또한 본론에서 키치, 키치메이크업, 대중스타에 대한 이론적 배경을 살펴보고, 패션쇼 사진자료와 함께 키치메이크업의 미적특성을 연구하였으며, 연구된 특성을 바탕으로 대중스타의 메이크업에 나타나는 키치적 요소를 분류, 분석하였다. 키치메이크업의 특성은 조경미(2002)¹⁾, 박경화(2003)²⁾, 곽대영(2005)³⁾, 김영미(2011)⁴⁾ 등의 유형 분류를 참고하여 물리적 특성으로는 ‘색’, ‘소재’, ‘형태’로, 심리적 특성으로는 ‘유희성’, ‘회화성’, ‘향수성’, ‘퇴폐성’, ‘저항성’으로 구분하여 연구하였고, 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소는 남지아(2009)⁵⁾, 양미정(2001)⁶⁾, 장지인(2006)⁷⁾, 오창섭(2012)⁸⁾ 등의 유형 분류를 참고하여 ‘과잉장식성’, ‘관능성’, ‘놀이성’, ‘과시성’, ‘대리만족성’, ‘복고성’으로 분류하여 분석하였다.

이론적 부분에 대해서는 관련서적과 선행논문, 미술비평지, 연관기사 등을

-
- 1) 조경미 (2002). 「신세대 헤어스타일에 나타난 키치 특성에 관한 연구」, 대구가톨릭대학교 석사학위논문.
 - 2) 박경화 (2003). 「키치패션의 조형미 연구」, 홍익대학교 석사학위논문.
 - 3) 곽대영 (2005). 「현대 디자인에 나타난 키치의 유형과 표현특성에 관한 연구」, 기초조형학연구, 6권 2호, pp.145-157, 한국기초조형학회.
 - 4) 김영미 (2011). 「키치의 특성을 응용한 메이크업 디자인에 관한 연구」, 성신여자대학교 석사학위논문.
 - 5) 남지아 (2009). 「코스메틱 브랜드에 나타나는 키치효과 연구」, 단국대학교 석사학위논문.
 - 6) 양미정 (2001). 「디지털 시대의 광고에 나타난 키치적 요소와 문화의 상징성 연구: TV 광고를 중심으로」, 경희대학교 석사학위논문.
 - 7) 장지인 (2006). 「현대 광고에 나타난 키치표현 연구: 국내 잡기광고를 중심으로」, 동덕여자대학교 석사학위논문.
 - 8) 오창섭 (2012). 『내 결의 키치』, 서울: 홍시.

통한 문헌 중심으로 고찰, 정리하였고, 키치메이크업 사진자료는 패션쇼 백스테이지(backstage) 메이크업 사진을 게시하는 유명 사이트의 자료를 인용하였으며, 대중스타의 메이크업 사진자료는 TV 영상, 뮤직 비디오와 앨범 재킷(jacket), 화보, 잡지, 신문, 인터넷자료 등을 참고하였다.

본 연구는 키치와 키치메이크업에 관한 기본 지식과 근거를 제공하여 보다 많은 사람들에게 키치를 알리고, 키치메이크업이 익숙한 메이크업스타일로 인지되어 대중들이 선호하는 보편적인 메이크업으로 자리 잡는데 도움이 되 고자 하였다. 이와 더불어 본 연구가 키치메이크업의 다양한 실험적 연구에 유용한 자료로 사용되어, 키치메이크업의 발전뿐만 아니라 나아가 현대의 메이크업문화의 성장에 밑거름이 되기를 바란다.

II. 이론적 배경

1. 키치

1) 키치의 개념

키치란 ‘(예술상의) 위조품, 저속품, 유치한 작품, (대중의 취향에 영합하는) 싸구려 예술, 감상적인 통속물’⁹⁾, ‘전통에 대한 이단, 진짜에 대한 가짜’¹⁰⁾ 등의 의미를 가진 용어다. 사전에서는 키치를 “천박하고 감상적이며 겉치레뿐인 저급한 취향으로 규정되는 예술이나 예술 작품에 적용되는 용어”¹¹⁾ 혹은 “통속적이고 저속하고 값싸고 나쁜 취향으로서 시크(chic)와 대립되는 개념의 사물이나 이미지의 총칭”¹²⁾으로 정의하고 있으며, 미술에서는 굿 디자인(Good Design)에 반대되는 개념¹³⁾으로 사용되기도 한다.

칼스텐 해리스(Karsten Harries, 1962~)는 자신의 저서 『현대미술 : 그 철학적 의미』에서 키치의 어원에 관한 두 가지 이론을 언급하고 있다. 첫 번째는 영어의 “스케치(sketch)”에서 유래되었다는 이론이고, 두 번째는 ‘진흙을 가지고 그것을 손으로 문대며 논다’는 의미의 독일어 동사 “키첸(kitchen)”과 연관시켜 해석하는 이론이다.¹⁴⁾ 이 밖에도 ‘값싸게 만들다’라는 메크렌부르크(독일 북동부의 한 지역) 방언 “verkitschen”에서 유래하였다는 이론, ‘건방지고 우쭐대는 것’을 의미하는 러시아어 동사 “keetcheetsya”에서

9) 허형근 (1983). 『민중 엡센스 독한사전』, 서울: 민중서림, p.900.

10) 정운길 (2003). 『FASHION !문자료사전』, KOR한국사전연구소, p.1229.

11) Osborn, Harold, 한국미술연구소(역) (2001). 『옥스퍼드 20 |기 미술사전』, 서울: 시공사, p.533.

12) Piper, David (1988). 『The random house dictionary of art and artist』, NY: Random House, p.284.

13) “키치, 한국사전연구소 편집부 (1998), 『미술대사전()』, 한국사전연구소”, <<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=264276&cid=2926&categoryId=2926>>, 검색일 2013.10.11.

14) Harries, Karsten, 오병남/최연희(역) (1988). 『현대미술: 그 철학적 의미』, 서울: 서광사, p.123.

유래하였다는 이론도 있다.¹⁵⁾

우리가 현재 인지하고 있는 의미로서의 “키치”라는 단어는 약 1860~1870년대에 독일의 뮌헨에서 그 시발점을 찾을 수 있으며, 1910년대에 국제적으로 통용되는 용어가 되었다. 키치라는 용어가 처음으로 유행하기 시작한 것은 1870년대 독일 남부에서였는데, 당시에는 화가를 속되게 이르거나 예술가들 사이에서 ‘물건을 속여 팔거나 강매하다’는 뜻으로 쓰이다가 갈수록 의미가 확대되면서 저속한 미술품, 일상적인 예술, 대중 패션 등을 의미하는 폭넓은 용어로 쓰이게 되었다.¹⁶⁾ 키치는 전형적인 근대적 산물로서 ‘현대 언어에서 예술적인 나쁜 취미를 지칭하는 수많은 용어들 중에서 진정하게 국제적 지위를 획득한 유일한 용어’¹⁷⁾이다.

키치의 발생에 대해 파웰 바일린(Powel Beylin)은 ‘예술의 오래된 동반자로서 고대 로마에서부터 존재한 것’이라고 주장했고, 게오르트 슈미트(Georg Schmidt)는 ‘봉건적인 농업문화의 영향으로 후기 이집트에서 형성된 것’이라고 주장했다.¹⁸⁾ 키치현상의 발생에 관한 여러 주장들은 현재까지도 논쟁거리가 되고 있으나, 그 중 헤르만 브로흐(Hermann broch, 1886~1951)가 주장한 키치의 발생배경이 지배적인 견해로 여겨진다. 헤르만 브로흐의 주장에 따르면 키치는 예술적으로는 낭만주의에서, 사회적으로는 19세기 중반 부르주아 사회의 형성과 예술의 상업화 과정에서 발생되었다.¹⁹⁾

16세기 종교개혁이후 찾아온 신학문의 도입, 인문주의의 성행, 문예의 부흥, 민족의식의 성장 등은 개인주의와 신비주의를 배척하고 낭만주의를 형성하는데 도움을 주었다.²⁰⁾ 1789년 프랑스혁명을 통해 당시 유럽의 주요

15) Calinescu, Matei, 이영욱(역) (1993). 『모더니티의 다섯 얼굴』, 서울: 시각과 언어, p.292.

16) “키치, 두피디아 doopedia”, <http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000782659>, 검색일 2013.08.22.

17) Calinescu, Matei (1993). 전계서, p.233.

18) 김소연 (1994). 「키치연구: 사회문화적 접근」, 홍익대학교 석사학위논문, p.26.

19) 김정숙 (1996). 「키치패션에의 미적 가치에 관한 연구: , , 유희성을 중심으로」, 서울대학교 석사학위논문, p.9.

20) 박길순, 이수인 (2000). 「현대 헤어스타일에 나타난 키치미의 상징성 연구」, 한국생활과학회지, 9(3),

국가들을 지배해왔던 고전주의와 계몽주의에 한계를 느낀 사람들은 지금까지 경시되었던 감각현상들에서 인간성의 진실을 찾고, 자국의 과거에서 새로운 문화의 원천을 찾으려 했다.²¹⁾ 모든 원리가 붕괴되는 혼란과 불신감으로 피폐해진 정신을 회복하기 위해 사람들은 자신의 심성에 맞는 문화를 이룩하려 하였고, 이는 전 세계로 확산되어 본격적인 낭만주의의 시대가 도래하게 되었다. 낭만주의는 자아에 대한 확인과 성찰을 바탕으로 개성을 강조하고 감정의 우위를 중시하였는데, 이는 이상적 미의 개념에 변화를 초래하여 사람들에게 심미적 현실도피를 위한 다양한 길을 열어주었다.²²⁾

영국의 빅토리아시대는 자유롭고 안정된 사회적 분위기 속에서 경제적 성장과 부흥을 이루며 눈부신 산업사회를 열었다. 공장의 발달로 제품의 생산수량이 증가하면서 공예가가 혼자서 온전한 완제품을 생산하던 구조는 효율성과 경제성을 잃고 시장에서 도태되기 시작했다.²³⁾ 생산자가 공예가에서 공장주로 바뀌면서, 예술적 감각이 무지하고 경제적 이익을 우선시하는 공장주들에 의해 생산된 제품은 미적수준과 품질의 하락을 맞이하게 되었고, 한정된 수량으로 높은 가치를 가지던 예술품도 기계로 모방되어 저급한 품질로 대량생산되기에 이른다.²⁴⁾ 새로운 기계들의 발명과 그 기술을 활용한 제품생산은 공업의 발달과 공장의 확대를 가속화시켜 생산과정의 완전한 기계화와 물품의 대량생산을 가능하게 했다. 대량생산된 물품들은 교통과 통신의 발달과 맞물려 사회의 풍요로움과 함께 원하는 것을 취할 수 있는 다양한 가능성을 제공해주며 특히 평민층에게 많은 혜택을 주었다.²⁵⁾ 이는 유산계급을 등장시키면서 부르주아사회를 형성했고, 갑작스럽게 부를 축적하

p.374.

21) “낭만주의, 두피디아 doopedia”, <http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000832429>, 검색일 2013.08.22.

22) 박길순, 이수인 (2000). 전계서, p.374.

23) 류미자 (2000). 「Kitsch | 생성과 그 기능에 대한 연구」, 홍익대학교 디자인논문집, 4, p.99.

24) Ferebee, Ann, 유근준(역) (2002). 『디자인 역사』, 서울: 청우, pp.10-11.

25) 류미자 (2000). 전계서, p.99.

게 된 사람들은 기존의 상류층이 자신의 부와 지위를 과시하기 위한 방법으로 순수미술문화를 향유했던 것을 흉내 내며 모조미술품들을 사들이기 시작했다.²⁶⁾ “예술이해”가 신분의 상징이 되면서 미술품 등을 수집하는 상류층의 취미가 고급예술문화를 공유하려는 중산층에게도 유행처럼 번진 것이다. 급속한 경제성장에 비례하지 못한 문화수준 속에서 사람들은 모조미술품을 마구 사들이는 행위를 예술적인 문화욕구를 해소하는 탈출구로 보았다.²⁷⁾

이처럼 개성과 감정을 중시하는 심미적 낭만주의와 예술이 상업화 된 산업 사회 속에, “키치”는 고급예술의 효과를 모방하는 복제품이나, 가짜 유사품, 통속미술작품 등을 비하하는 속어로 사용되었다. 즉, 미학적 안목이나 경험이 없는 사람들을 위해 조잡하고 투박한 감각으로 만들어진 싸구려 미술품과 저속한 대중적 취향의 대중문화들을 지칭하는 용어로 사용²⁸⁾된 것이다.

이렇듯 진정한 예술에 대한 부정의 개념으로 사용되어오던 키치는 팝아트와 포스트모더니즘을 계기로 점차 그 의미를 발전시키며 성장한다. 1960년대 키치적 소재를 사용하는 팝아트의 등장과 탈이념적인 포스트모더니즘의 예술조류는 미술계에 큰 파란과 혁신적인 변화를 가져왔다.²⁹⁾ 저속하다고 치부되던 많은 작품들이 통속미술의 예술·문화적 가치를 충분히 인지하고 있던 사람들에게 의해 재조명되기 시작한 것이다. 이후 키치에 대한 태도는 긍정적 변화를 맞이하여 키치는 미적논의의 대상으로서 문화적 의미를 가지게 된다. 나아가 현대에 이르면서 키치는 일부러 유치하고 천박한 방법을 동원함으로써 기성예술의 엄숙주의를 조롱하고 야유하는 반 미학의 부정적 가치를 지닌 예술의 한 형식으로 발전했으며, 고급문화나 순수예술과는 별개로 대중 속에 자리 잡은 하나의 문화현상으로 여겨지고 있다.³⁰⁾

26) 진중권 (2007). 『호모 코레아니쿠스』, 서울: 웅진지식하우스, p.241.

27) Jukka, Gronow (1997). 『The sociology of taste』, N.Y: Routledge, p.48.

28) 이은정 (2006). 「현대 헤어디자인에 표현된 키치 특성에 관한 연구」, 한국두피모발미용학회지, 2(3), p.65.

29) 안갑순 (1999). 「국내 패션에 표현된 키치에 관한 연구」, 국민대학교 석사학위논문, p.7.

30) “키치, pmg 지식엔진연구소, 『시사상식사전』, 박문각”, <<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=9>

키치의 전개과정은 역사적으로 부흥기와 전성기로 구분되며, 부르주아 계급이 번성하며 키치의 영향력이 급부상했던 19세기 말을 부흥기로, 사물이 범람하는 풍요로움 속에 키치가 사회전반으로 확대되며 친숙해진 현대의 소비사회를 전성기로 보고 있다.³¹⁾ 낭만주의와 산업화에 따른 대중문화의 창출 속에서 부흥기를 맞이한 키치는 대중들을 만족시키는 수단으로서 1960년대 이후 재등장하게 되고, 오늘날의 독자적인 문화로 발달한다.³²⁾

절대적 기준을 가지고 대상의 가치를 판단하던 과거와 달리 상대적 기준이 적용되는 현대사회 속에서 키치 역시 고정되어 있던 미적기준에 새로운 미학적 논리를 적용하며, ‘나쁜 예술’, ‘쓰레기 미학’ 이라 불리는 키치문화³³⁾를 형성했다. 기존 스타일에 대한 저항을 이끌어내는 키치문화는 객관적인 미 보다는 주관적인 미에 비중³⁴⁾을 두며 대중들에게 다양하고 흥겨운 자극을 주는 재미난 사물들로 전개되고 있다.³⁵⁾ 심오한 의미를 찾으려 애쓰며 예술을 감상하는 것이 아닌 개인의 감정에 충실하여 있는 그대로의 예술을 즐길 수 있는 키치는 현대인들에게 신선한 자극과 정신적 휴식, 즐거움과 행복을 주는 쾌락의 예술문화로 받아들여지고 있는 것이다.³⁶⁾ 키치 문화는 현대의 무분별한 소비문화와 맞물려 전성기를 누리고 있으며, 대중의 삶과 정서를 미의식으로 발현한 아래로부터의 예술로서 고급문화와 대중문화를 연결하며 실질적으로 대중에게 가장 밀접하게 다가갈 수 있는 새로운 문화 예술이 되었다.³⁷⁾

35372&cid=1389&categoryId=1389>, 검색일 2013.08.24.

31) Moles, Abraham, 엄광현(역) (1995). 『키치란 무엇인가』, 서울: 시각과 언어, p.103.

32) 박길순, 이수인 (2000). 전개서, p.374.

33) 전용옥, 이은숙 (2000). 「키치패션의 사회 문화적 해석에 관한 연구」, 디자인학연구집, 6(1), p.172.

34) 김정숙 (1996). 전개서, p.14.

35) 조아라 (2010). 「21세기 키치패션에 관한 연구」, 건국대학교 석사학위논문, p.1.

36) 상계서, p.20.

37) 진정식 (2001). 「키치미술과 대중문화에 관한 연구」, 홍익대학교 석사학위논문, p.2.

2) 키치의 성격 및 특징

기성의 것을 부정하고 고정관념을 탈피하려는 키치의 일탈적 성격은 미적 세계에 적용되어 기존의 미적관념에서 ‘아름다운 것’, 즉 ‘미적인 탁월함의 표준, 세상에서 생각되고 말하여진 것 중에서 최상의 것’³⁸⁾에 반하는 반미학적 특성으로 나타난다. 키치는 ‘누구에 의해서, 언제, 그리고 무슨 이유로’³⁹⁾와 같은 상대적 기준과, 어떤 미적경험이 주체의 경험의 의미로 변형되어지는⁴⁰⁾ 미적경험의 본질, 또는 예술작품 그 자체의 존재방식 등의 초미적(超美的) 요인들에 의해 규정되고 영향⁴¹⁾을 받는다. 그러므로 키치의 미학은 매우 주관적인 것이고, 미를 경험하는 주체의 의식적 측면에 기초하는 것이라고 할 수 있다.

키치는 적어도 두 개 이상의 여러 요소가 결합한 형태로 존재하며 중층적 구조를 가진다. 중층성은 키치 형식상의 특성일 뿐만 아니라 내용상의 특징이기도 한 키치의 본질적인 특성⁴²⁾이며, 키치가 사물 그 자체의 사용기능에 사회적 기능이 부과되어 존재한다고 한 것은 이러한 중층성을 지적한 것이다. 중층적 구조는 ‘이미 있는 것, 다른 데서 갖고 온 것, 확대한 것, 여분의 것 등을 끌어 모은 일종의 패치워크(Patchwork)와 같은 것’⁴³⁾으로 여러 가지 요소들이 결합되는 내용은 서로 관계를 가질 수도 있지만, 서로 이질적일 수도 있는 복합적 성격을 가지게 되고, 이 과정에서 키치는 실제의 모습을 가리거나 왜곡함으로써 정서를 자극하게 된다.⁴⁴⁾

이밖에도 키치는 모방성과 기능장애, 자기기만성 등의 특성을 지닌다.

38) Hebdige, Dick, 이동연(역) (1998). 『하위문화』, 서울: 현실문화연구, p.23.

39) Wolff, Janet, 이성훈/이현석(역) (1992). 『예술의 사회적 생산』, 서울: 한마당, p.192.

40) Merleau-Ponty, Maurice, 오병남(역) (1983). 『현상학과 예술』, 서울: 서광사, p.103.

41) Wolff, Janet, 이성훈(역) (1994). 『미학과 예술사회학』, 서울: 이론과 실천, p.84.

42) 오창섭 (2012), 전계서, p.147.

43) 우나미 아키라, 이순혁(역) (1994). 『유혹하는 오브제』, 서울: 도서출판 국제, p.64.

44) Moles, Abraham (1995). 전계서, pp.38-47.

키치의 개념에는 명확하게 모조품과 같은 이미지가 함축되어 있으며 이러한 키치의 모방성은 소비자들에게 진품의 위안과 자기과시를 제공한다.⁴⁵⁾ 키치의 기능장애는 상호간에 아무런 관계없는 기능들이 서로의 기능을 방해하며 결합하여 불필요한 여러 가지의 키치적 오브제를 창출하는 것으로, 서로간의 영역을 무시한 이러한 결합은 본래의 기능을 희석시키며 키치적 기능장애를 일으킨다.⁴⁶⁾ 또한 키치의 욕구 대상이 욕구 그 자체, 즉 일종의 정서 혹은 분위기라고 할 때 이 정서는 다름 아닌 자기정서⁴⁷⁾에서 비롯되는 것으로 이는 키치의 자기향수를 위한 자기기만적 성격을 나타낸다.⁴⁸⁾ 즉 키치의 미적 주체는 대상으로부터 얻어낼 수 없는 정서를 이미 자신 속에 있는 도식화되어 고착된 어떤 정서로 대체⁴⁹⁾하여 일종의 환상을 만들어내는 것이다.

키치현상이 발생하는 원리에 대해 아브라함 몰르(Abraham Moles, 1920~1992)는 엔겔하르트(Engelhardt)와 킬리(Killy)의 도움을 받아, 키치적 산물의 소비방식을 중심으로 키치의 원리를 ‘부적합성의 원리, 축적의 원리, 공감각의 원리, 중용의 원리, 쾌적함의 원리’ 5가지로 정리하였다. 본 연구에서는 아브라함 몰르가 정리한 키치의 원리를 바탕으로 키치의 특성을 다음과 같이 분류하였다.

(1) 누적·축적성

누적·축적성은 형식, 내용, 기능 등의 밀집을 통해 스스로를 눈에 띄게 하는 것을 의미하는 ‘축적의 원리’를 바탕으로 한다. “‘더 많이’라는 충동, 수집열은 오늘날 부르주아 문화의 두드러진 특징”이며, 키치는 “여백의 공간을 남기는 일 없이 모든 수단으로 그것을 채워버리는 것이다”⁵⁰⁾라고 아브

45) Baudrillard, Jean, 배영달(역) (1999). 『사물의 체계』, 서울: 백의출판사, pp.275-276.

46) 서승미 (1999). 「현대 키치 이미지 패션 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문, p.5.

47) 김경옥 (1998). 「현대패션에 표현된 키치 연구」, 경희대학교 박사학위논문, p.21.

48) 전용옥, 이은숙 (2000). 전개서, p.180.

49) Merleau-Ponty, Maurice (1983). 전개서, p.103.

라함 몰르는 말한다. 축적은 대상 자체에서만 일어나는 것이 아니라 기능이
나 내용, 감각 등이 두 개 이상 겹쳐져서 누적되는 것으로, 감각 영역을 현
혹시키고 제시된 것 전부를 기억하도록 억압한다.⁵¹⁾ 이는 “가능한 총체적인
아름다운 이미지 작용을 위해 그 모순되는 힘들이 강압적으로 서로 결
합”⁵²⁾되는 현상으로, 종교성에 영웅지향을 겹치고 에로티시즘에 엑조티시즘
(Exoticism)을 겹치는⁵³⁾ 등 여러 가지의 형식, 내용, 기능의 밀집을 통해
스스로를 눈에 띄게 하는 상태를 가리킨다.

(2) 부적합성

부적합성은 본래의 목적뿐만 아니라 동시에 다른 목적으로 사용되는 과정
에서 형태, 크기, 형식적 내용 등이 부적절하게 결합되는 것을 의미하는 ‘부
적합성의 원리’를 바탕으로 한다. 키치대상은 대개 하나의 목적뿐만 아니라
피상적으로 더 많은 목적에 동시에 봉사하려는 의도를 가지고 제작된다.⁵⁴⁾
본래의 목적뿐만 아니라 동시에 다른 목적으로 사용되는 과정에서 형태, 크
기, 형식적 내용 등이 부적절하게 결합되는 것이다. 키치적 사물들은 특히
그 재료에 있어서 부적합성을 나타내는데 언제나 목표로부터 약간 빗나간
곳을 겨냥한다.⁵⁵⁾ 키치의 부적합성은 재료뿐만 아니라 미적대상의 결합이나
배열과 관련해 나타나기도 하는데, 불형식, 부조화, 불균형, 비기능 형식은
키치의 부적합에 따른 표현구성요소로 볼 수 있다.⁵⁶⁾ 이처럼 개별적으로 보
면 절대로 키치적이지 않은 대상들도 그 결합이나 배열과 관련해서 키치의

50) Moles, Abraham (1972). 『Psychologie des kitsches』, Munchen: Carl Hanser Verlag, p.66.

51) 김선아 (2007). 「현대 패션에 나타난 키치적 헤어 아트 특성에 관한 연구」, 한국미용학회지, 13(3), p.1495.

52) Ueding, Gert (1979). 「Rhetorik des kitsches」, In Jochen Schulte-Sasse(Ed.), 『Literarischer kitsch』, Tübingen: Niemeyer, p.85.

53) 정우영, 남진호 (1999). 「광고사진에 나타난 키치에 관한 연구」, 산업기술정보연구소논문집, 6, p.64 2.

54) 진정식 (2001). 전계서, p.17.

55) 김경옥 (1998). 전계서, p.16.

56) 박길순, 이수인 (2000). 전계서, p.377.

효과⁵⁷⁾를 야기할 수 있다.

(3) 공감각성

공감각성은 다양한 감각 영역을 동시에 자극하는 것을 의미하는 ‘공감각의 원리’를 바탕으로 한다. 이는 “동시에 될 수 있는 한 많은 감각영역에 일체 포화를 퍼부으려 하는 것”⁵⁸⁾으로 실제보다 과장된 필요 이상의 여러 감각을 겹치게 하여 신경을 자극하고, 많은 감각을 일시에 만족시키거나 마취시키려 하는 것⁵⁹⁾을 말한다. 각각의 자극이 실제 자체와는 아무런 관계도 없는 대상들⁶⁰⁾로 연출되는 공감각적성은 단순함을 거부하는 키치의 특성을 잘 나타내고 있으며, 이런 동시다발적 자극은 대중들을 환상 속에 빠뜨린다.⁶¹⁾ 예를 들면 태엽을 돌리면 음악이 나오는 시계나 선물함, 향수냄새가 나는 책이나 볼펜, 지우개 등 여러 가지 감각을 총동원하게 하는 것이다.⁶²⁾

(4) 중용성

중용성은 모든 영역에서 발견되는 이질적인 것들을 혼합하여 집단적 표준화라는 중간적 위치로 위치시키는 것을 의미하는 ‘중용의 원리’를 바탕으로 한다. ‘범용’이나 ‘중용’이란 말은 획일적인 문화수준이나 집단적인 표준 상태로 볼 수 있다. 남들과 구별되지 않고 같거나 비슷해지려는 ‘집단적 표준화’는 키치가 최대한의 사람들에게 수용됨을 의미하며,⁶³⁾ 미적 차별성이 중용이 되는 순간이 온다면 키치는 대중으로부터 외면될 수 있다는 키치 대상의 근본적인 원리⁶⁴⁾에 해당된다. 중용성은 모든 영역에서 중간적인 위치에

57) Calinescu, Matei (1993). 전게서, p.293.

58) Moles, Abraham (1995). 전게서, p.68.

59) 정우영, 남진호 (1999). 전게서, p.643.

60) 상계서.

61) 콕대영 (2005). 전게서, pp.155-156.

62) 진정식 (2001). 전게서, p.18.

63) Dofes, Gillo (1969). 『Kitsch: The world of bad taste』, NY: Universe Books, p.15.

64) 김도영 (2001). 「키치가 현대 패션디자인에 미친 영향에 대한 고찰」, 한양대학교 석사학위논문, p.4

서 발견되고 모든 영역에서 키치는 중용으로 위치하며, 이것은 많은 사람들이 수용하는 대중문화와의 연관성을 나타낸다.⁶⁵⁾ 다양한 영역에서 발견되는 서로 다른 것들의 혼합체이자, 서로 다른 성격을 가진 사물들로 이뤄진 하나의 완성체로, 키치라고 불리는 각양각색의 이질적인 것을 키치라는 교집합으로 통괄하는 것도 중용, 범용의 범주로 볼 수 있다.⁶⁶⁾ 유사한 것, 이성한 것들이 자기도 모르게 중용, 범용의 원리를 통과하면서 모두 키치로 판별 받게 되는 것이다.

(5) 낭만성

낭만성은 ‘편안하게 살자’라는 사고방식으로 사물의 성격을 놀이에 가깝게 마구잡이식으로 선택하는 것을 의미하는 ‘쾌적함의 원리’⁶⁷⁾를 바탕으로 한다. 이는 과거 산업혁명기의 예술조류인 낭만주의의 영향을 받은 것으로, 낭만주의는 당시 사회에 대한 비판적 태도에서 표출되었다.⁶⁸⁾ 엄격한 규칙이나 질서에 구속되지 않고 풍부한 상상력을 구사하며⁶⁹⁾ 다양성을 인정하여 개성을 중시하는 것, 자연을 사랑하고 먼 나라를 동경하며 과거를 찬미하는 것 등과 같이 현실과 유리된 이상화⁷⁰⁾의 동경으로 나타나곤 한다. 이처럼 낭만주의에 따른 키치의 표현요소는 향토, 이국취향, 풍자, 정치, 종교 등 다양한 분야에서 나타나고 있다.

① 향토적 키치

키치는 향수를 자극해 과거 회귀의 정서를 만들어 내는 것이 특징이며, 과거를 이해할 수 있고 안전하며 도덕적으로 우월한 것으로 받아들인다. 개인

8.

65) 김선아 (2007). 전계서, p.1495.

66) 정우영, 남진호 (1999). 전계서, p.643.

67) Moles, Abraham (1995). 전계서, pp.82-90.

68) 조경미 (2002). 전계서, p.30.

69) 김경옥 (1998). 전계서, p.17.

70) 다계우찌 도우지, 안영길(역) (1990). 『미학 미술학 사전』, 서울: 미진사, pp.506-507.

적인 추억보다는 집단적, 민족적, 인종적, 역사적 체험에 바탕을 둔 과거적인 의미의 가치를 추구하며 고풍적 양식을 취함으로써 키치의 보수성을 표현한다.⁷¹⁾

② 이국적 키치

이국 취향의 정서는 세계에 대한 모멸의 태도를 급진적인 참여와 보헤미안적인 이탈로 이원화하여 표출하고 있다. 현실보다는 환상을, 진실보다는 허위를 선호하는 키치와 잘 어울린다고 볼 수 있으며⁷²⁾, 현실의 고통을 잊기 위해 꿈과 환상을 좇아 이국적 환경을 동경하는 심리⁷³⁾에서 생겨났다.

③ 풍자적 키치

롤랑 바르트(Roland Barthes, 1915~1980)가 키치를 “다른 텍스트에 비추어서 또 다른 텍스트를 해독하는 행위”⁷⁴⁾라고 말했듯이 풍자적 키치는 어떤 대상의 수용과정에서 수용자의 비평적 태도가 반영된 것이다. 그라피티(낙서화)와 패러디, 만화 등의 기법으로 표현되며, 날카로운 비판보다는 해학의 웃음을 유도하는 상징적인 방법으로 카타르시스적 교훈을 전해준다.⁷⁵⁾

(6) 쾌적성

쾌적성은 사물의 성격을 놀이에 가깝게 마구잡이식으로 선택하는 사고방식으로, 크게 노력할 필요도 없이 편안하면 그만이라고 생각하면서 사회적으로 용인되는 표준적인 생활의 영위만을 추구하는 특성이다.⁷⁶⁾ 진정한 의미의 예술이 초월적인 미를 주장함에 반해 키치가 행복의 가치를 주장하는 것은 편안함의 행복 속에 안주해 삶을 영위⁷⁷⁾하고자 하는 인간의 행복에 대

71) 임혜진 (1998). 「한국 현대패션에 나타난 키치현상에 관한 연구」, 국민대학교 석사학위논문, p.32.

72) 광대영 (2005). 전개서, p.151.

73) 김선아 (2007). 전개서, p.1498.

74) Barthes, Roland, 김희영(역) (2002). 『텍스트의 즐거움』, 서울: 동문선, pp.33-35.

75) 서승미 (1999). 전개서, p.11.

76) 박길순, 이수인 (2000). 전개서, p.376.

77) 조정미 (2002). 전개서, p.33.

한 갈망에서 기인한 것이며, 키치의 보편성은 여기에 존재한다. 이러한 키치의 쾌적성은 순수하지 않은 것도 순수하게 포장되는, 즉 비순수함을 순수함으로 바꿔 표현하는 상황을 발생시키고, 이로 인해 형태의 불균형, 차원의 위화감 같은 부자연스러움이 나타나곤 한다.⁷⁸⁾

2. 키치메이크업

다양한 치장요소들이 새로운 방식으로 연출되며 예술적 발전을 이룬 것과 달리, 메이크업은 절대적인 미적관념 속에 표현영역과 연출방법이 제한되어 왔기 때문에 상대적으로 발전이 미비했다.⁷⁹⁾ 그러나 20세기 초반 마르셀 뒤샹(Henri Robert Marcel Duchamp, 1887~1968)에 의해 등장한 오브제 개념은 예술의 영역과 표현의 한계를 무한대로 넓혀주었고,⁸⁰⁾ 메이크업에서도 기존의 전통적 미학에서 탈피한 자유롭고 주관적인 개성표현과 미적관념이 나타나며 발전을 맞이하게 되었다.

메이크업이 다양한 미적 가치를 투영할 수 있다는 인식이 확산됨에 따라 사람들은 메이크업을 ‘자신의 정체성을 표현하거나 혹은 어떤 역할이나 목적에 맞게 전체적인 이미지를 변화시킬 수 있는 수단⁸¹⁾’으로 바라보았으며, 메이크업은 기능적, 미적 효과를 동시에 갖는 훌륭한 자기표현의 수단이 되어 다양한 형태로 시도, 발전되어 왔다.⁸²⁾ 현대메이크업은 ‘주제에 따라 여러 기법으로 재료 등에 구속받지 않고 인간의 육체에 새로움을 추구하여 인체를 디자인 한다’는 뜻으로 그 방법이 다양하여 눈, 코, 입의 형태뿐만 아니라 새로운 시점에서 내적 정신과 외적 감각으로 창조하는 것⁸³⁾으로 정의

78) Moles, Abraham (1995). 전계서, p.83.

79) 김희숙 (1996). 「20 : 대중스타를 중심으로」, 한국미용학회지, 2(1), pp. 43-44.

80) 박일호 (2007). 「진지한 예술과 키치」, 한국미학회지, 52, p.176.

81) 김광숙 (2001). 『The MAKE UP』, 서울: 예림, p.11.

82) 조정미 (2002). 전계서, p.1.

되고 있다. 현대사회에서 메이크업은 더 이상 획일적인 여성미가 아닌 다양한 미적 가치의 표출수단으로 기능하고 있으며, 여러 가지 새롭고 전위적인 표현 형태와 디자인으로 나타나고 있는 것⁸⁴⁾이다.

패션분야에서 메이크업의 비중이 높아지고 메이크업문화가 발달함에 따라 메이크업에서도 키치적 현상이 나타나게 되었는데, 이는 ‘키치메이크업’이라는 새로운 메이크업 장르를 탄생시켰다. 키치메이크업은 ‘고상하고 품위 있는 세련된 멋을 추구하는 것이 아니라 지나치게 산만한 장식을 통해 일부러 저속한 이미지⁸⁵⁾ 또는 촌스럽거나 유치한 이미지를 나타내는 메이크업⁸⁶⁾’을 의미한다. 키치메이크업은 주로 독창적이고 개성적인 미적 감각에 강렬한 색상과 이질적 소재 등이 더해져 보다 창의적으로 표현⁸⁷⁾되고, 과거의 정형화된 스타일에 머물러 있던 메이크업의 영역을 확장시켜주었다. 또한 키치메이크업은 개인적, 사회문화적 정서에 영향을 받는 지극히 상대적이고 주관적인 미적기준을 가지고 있으며,⁸⁸⁾ 자신을 인상적으로 표현하기 위한 현대인들의 다양한 기호와 함께 대중적 취향, 또는 시대가 추구하는 키치문화 등을 반영⁸⁹⁾한다. 키치메이크업은 문화와 예술을 융합시키려는 시대정신 아래 등장⁹⁰⁾하였으며, 현대메이크업이 다양하고 창의적으로 표현되며 독자적인 문화 형태로 발전할 수 있는 밑바탕이 되었다.

키치메이크업은 <그림 1>, <그림 2>와 같이 자극적인 원색들을 산만하게 나열하고 회화적 이미지로 재밋게 연출하거나, <그림 3>, <그림 4>와 같이

83) 한명숙 (1999). 『() 가꾸어주 예술』, 서울: 청구문화사, p.11.

84) 장미숙, 양숙희 (1999). 「현대 메이크업에 나타난 네오아방가르드 경향에 관한 연구: 1990 !대 후반 켓워크를 중심으로」, 복식문화연구, p.421.

85) 정삼호 (1996). 『현대 패션 모드』, 서울: 교문사, p.111.

86) 장미숙 (1999). 「현대 메이크업에 나타난 네오아방가르드 경향에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사 학위논문, p.6.

87) 서은혜, 김경희, 문윤경 (2009). 「현대 메이크업에 나타난 키치적 특성 연구: 2008~ 09 S/S, F/W 패션쇼를 중심으로」, 한국미용학회 학술발표논문집, p.119.

88) 김영미 (2011). 전계서, p.28.

89) 조정미 (2002). 전계서, p.1.

90) 이성현, 김선형 (2012). 「메이크업에 나타난 키치의 미적 특성: 패션 컬렉션과 대중 스타를 중심으로」, 한국미용학회지, 18(2), p.421.

오브제를 사용한 콜라주기법 등으로 저속한 이미지를 표현하기도 한다. 또한 <그림 5>, <그림 6>과 같이 기하학적인 모티프나 얼굴의 형태를 무시한 이미지를 연출하기도 하고, 때로는 <그림 7>, <그림 8>와 같이 기발한 이미지를 연출함으로써 반항적 형태로 하위문화를 대변하기도 한다.



<그림 1> 키치메이크업 (1) 91)



<그림 2> 키치메이크업 (2) 92)



<그림 3> 키치메이크업 (3) 93)

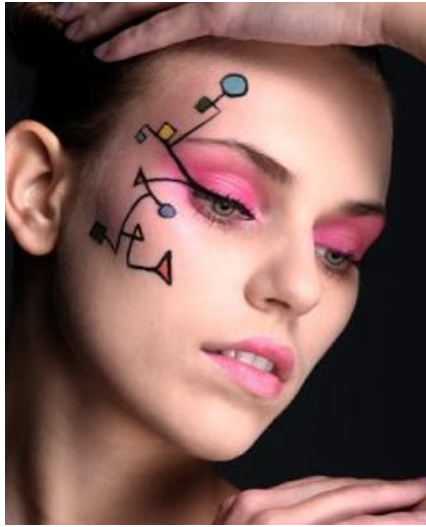


<그림 4> 키치메이크업 (4) 94)

91) <<http://cafe.naver.com/chauveausinchon/805>>, 검색일 2013.04.23.

92) <http://blog.naver.com/lets_makeup/20188928788>, 검색일 2013.04.23.

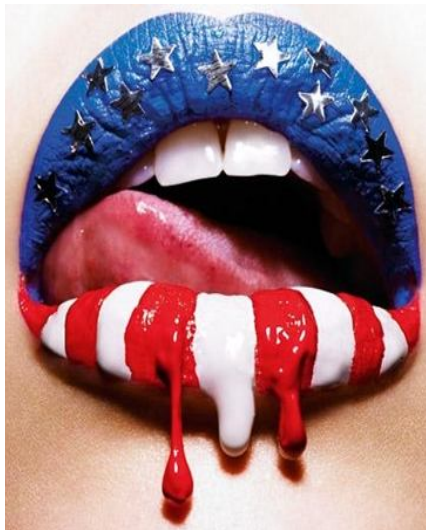
93) <<http://blog.naver.com/kachi6292/90176025005>>, 검색일 2013.04.23.



<그림 5> 키치메이크업 (5) 95)



<그림 6> 키치메이크업 (6) 96)



<그림 7> 키치메이크업 (7) 97)



<그림 8> 키치메이크업 (8) 98)

이처럼 키치메이크업은 유치한 색채와 조잡한 장식을 이용함으로써 기존의 아름다움에 대한 기준을 파괴하고 추함의 미를 추구하는 반미학적 형태로 나타난다.

94) <<http://blog.naver.com/kachi6292/90176286287>>, 검색일 2013.04.23.

95) <<http://blog.naver.com/lovejjangdan/90161651060>>, 검색일 2013.04.23.

96) <<http://blog.naver.com/kachi6292/90176036770>>, 검색일 2013.04.23.

97) <<http://blog.naver.com/at0821/40163264931>>, 검색일 2013.04.23.

98) <<http://cafe.naver.com/ujbbeautyac/64>>, 검색일 2013.04.23.

3. 대중스타

산업혁명과 더불어 인류의 미적 경험은 급속한 변화를 겪게 되었는데 이 변화를 대표하는 것이 바로 대중문화의 탄생이다.⁹⁹⁾ 대중문화란 꾸준히 발전되어온 인간의 다양한 문화 중에서 대중매체 등을 통해 대량생산되는 문화, 질 높은 고급문화와는 대비되는 문화로서 수준이 낮고 그래서 평범한 대다수의 사람들이 좋아하는 문화¹⁰⁰⁾라고 인식되어지고 있다.

1990년대부터 영상매체를 중심으로 비약적 발전을 이룬 대중문화는 다양한 근대적 산물들을 만들어냈는데, 매체시대가 양산한 근대적 산물 중 하나로 “대중스타”가 등장한다. 과거의 ‘스타’는 고대의 우상 숭배나 토테미즘 등에서 오는 자연숭배 사상과 유사한 방식으로, 특정 개인에게 있어서 선망의 대상이 되는 인물에 대한 가공적인 인물상(imitative image)과 그 인물상을 구현하려는 욕망으로 탄생한 것으로 간주¹⁰¹⁾되어 왔다. 이후 20세기 초반의 ‘스타’는 영화산업에서 영화배우, 즉 할리우드 여배우를 지칭하는 용어로 사용¹⁰²⁾되었고, 점차 그 의미가 확대되어 현대의 ‘스타’는 사회 구성원들에게 공적 인지도가 높은 유명 인사, 사회적 우상으로 부각된 사람, 특정 분야의 최고나 인기인 등 대중에게 널리 알려진 사람들을 통칭하는 개념이 되었다.¹⁰³⁾ 즉, “대중스타”란 ‘전국적 혹은 국제적 차원의 인기를 지니고 있어 대중의 강렬한 호응과 동경을 받으며, 사회 전반에 커다란 영향력을 행사하는 인물’¹⁰⁴⁾을 말한다.

99) 정홍숙, 김은하 (2002). 「키치패션에 관한 연구: 유희적 키치와 모방적 키치를 중심으로」, 중앙대학교 생활문화사업연구소 가정문화논총, 15, p.2.

100) 박원선 (1999). 「대중문화 특성에 따른 신세대들의 키치문화 수용태도에 관한 연구: Sticker Photo를 중심으로」, 논문집, 17, p.3.

101) 김용래 (2005). 「대중 문화산업과 스타시스템」, 문명연지, 6(3), p.166.

102) 도경은 (2008). 「유행패션스타일이 대중에게 전파되는 과정에 관한 연구: 셀러브리티를 중심으로」, 한국디자인문화학회지, 14(3), p.184.

103) 이희승 (2006). 「엔터테인먼트 스타패션 연구」, 이화여자대학교 박사학위논문, pp.29-30.

104) 김용래 (2005). 「대중 문화산업과 스타시스템」, 문명연지, p.165.

또한 과거에는 스타를 일시적인 흥미를 끄는 가벼운 화젯거리 정도로 치부하는 경향이 있었지만, 오늘날의 스타는 하나의 산업과도 같은 거대한 권력으로 우리 사회를 움직이며, 모든 장르에 걸쳐 대부분의 매체 속에 존재하고 있다.¹⁰⁵⁾ 이러한 흐름 속에서 대기업들은 대중문화와 대중스타의 영역을 새로운 이윤창출의 창구로 바라보며, 영화제작이나 매니지먼트 분야 등에 진출하여 대중문화를 생산하고 스타를 중요한 상품으로 변화시키는 집단으로 발전한다.¹⁰⁶⁾ 스타라는 상품성을 무기로 상업적 이윤을 창출하는 대중문화 생산 집단은 대중의 관심을 끌 수 있는 매력적인 스타를 만들어내기 위해 끊임없이 노력하고 있으며, 의식적으로 창조된 대중스타와 함께 빠르게 변화하는 현대 사회에 직접적인 영향을 미치고 있다.

대중스타는 대중매체를 통해 자신의 입지와 영역을 수월하게 넓히며 대중에 대한 영향력을 높여나갔다. 신문과 잡지, 라디오 등이 주를 이뤘던 초기의 대중매체가 오늘날 영화, 텔레비전, 인터넷 등 영상매체를 중심으로 발달하면서,¹⁰⁷⁾ 대중스타는 자신의 이미지의 보급에 있어 좀 더 쉽고 빠른 유통과 확산을 꾀할 수 있게 되었다. 매체의 발달이 거듭될수록 스타와 대중 간에 친밀한 소통이 가능해졌고, 대중스타의 사적인 공간이나 개인적인 생활까지도 일반대중의 큰 관심거리가 되었다. 스타의 개성 있는 일상적 이미지는 대중과의 친근감을 높여주었으며, 대중은 스타를 통해 대리만족을 함으로써 더욱 그들을 동경하고 좋아하게 되었다.¹⁰⁸⁾

후기 산업사회에 접어들면서 예술이 상품화되고 다원주의 문화가 발달하면서 대중들의 다양해진 문화적 기호와 상품 이미지의 부각으로 인해 패션분야에 빠른 변화가 일어났다.¹⁰⁹⁾ 패션분야의 성장으로 미를 추구하는 거대한

105) 김호석 (1998). 『스타시스템』, 서울 : 삼인, p.24.

106) Daniel, J. Boorstin (1975). 『The image: A guide to pseudo-event in america』, NY: Random House, p.45.

107) 정혜경 (1996). 「한국 대중문화 영역의 스타시스템 변화과정에 관한 연구: 매니지먼트와 보조미디어를 중심으로」, 서울대학교 석사학위논문, pp.9-10.

108) 도경은 (2008). 「유행패션스타일이 대중에게 전파되는 과정에 관한 연구: 셀러브리티를 중심으로」, 한국디자인문화학회지, pp.184-185.

문화가 탄생되면서 스타(배우)의 화장, 머리 모양, 몸치장 등은 대중에게 큰 관심사로 부상했다.¹¹⁰⁾ 대중매체들에 의해 집중적으로 생산된 스타의 이미지들은 대중의 마음속에 심어져 표준화된 행동¹¹¹⁾을 양산했고, 이는 스타를 모방하고자 하는 집단적 군중심리가 되어 대중스타를 유행의 선도자, 즉 트렌드 세터로 만들었다.

유행이란 ‘보통 사람의 일상적 삶에까지 불어 닥치는 바람’¹¹²⁾으로, 극도로 발달한 매체와 대중스타가 함께 만들어내는 패션트렌드는 대중들에게 실시간으로 영향을 주고 있다.¹¹³⁾ 대중스타들은 끊임없이 새로운 패션스타일 이미지와 수요를 창출하면서 그것들을 확대하고 재생산한다. 대중스타들에게 스타일이란 강력한 자기표현 형식, 즉 다른 사람과의 관계에서 자기 자신을 각인시키는 방식¹¹⁴⁾이기 때문에, 그들은 기성사회와 기존의 패션스타일로부터 이탈하여 자신의 개성을 드러내면서 남들과 차별화되는 자신의 이미지를 형상화할 수 있는 패션을 선보이고 있는 것이다.¹¹⁵⁾ 이를 위해 자신들이 속한 그룹뿐만 아니라 연예인이라는 특별한 위치에서 자신만의 개성을 표현하는 방법으로 새로운 스타일을 다양하게 시도하고 있으며, 대중들은 이들의 패션 감각을 모방하면서 새로운 패션스타일을 자연스럽게 흡수하게 된다.¹¹⁶⁾

대중스타에게서 유행이 생겨나고 끊임없는 확산되는 가장 결정적인 요인은 사실 대중문화를 생산하는 집단이라기 보단 관객, 다시 말해 대중들이라고 볼 수 있다.¹¹⁷⁾ 현대사회의 유행은 주로 청소년과 젊은 여성에 의해 확산되

109) 김인숙, 김경옥 (1999). 「현대패션에 표현된 키치 연구」, 한국복식학회지, 47(47), p.153.

110) 고희숙 (1993). 「영화 ‘ ’ | 복식과 그 의미작용에 관한 연구」, 이화여자대학교 석사학위논문, p.31.

111) Toffler, Alvin, 이규행(역) (1993). 『제3 | 물결』, 서울: 한국경제신문사, p.198.

112) 강준만 (1995). 「우리는 왜 유행에 약하나」, 『지성과 패기(34)』, 선경그룹, p.144.

113) 장규수 (2011). 『한류와 스타시스템』, 서울: 스토리하우스, p.51.

114) Ewen, Stuart, 백지숙(역) (1996). 『이미지는 모든 것을 삼킨다』, 서울: 시각과 언어, p.38.

115) 이희승, 조규화 (2006). 「영 스트리트 패션 형성에 미친 팝 스타의 패션스타일 연구」, 패션비즈니스, 10(4), p.122.

116) 장규수 (2011). 전게서, p.84.

117) 임종태 (2001). 『스타메이커』, 서울: 창작시대, p.134.

는데, 특히 청소년이 주도하는 비중이 크다. ‘풍요와 저항과 모방 속에서 그 모습이 형성된 신세대’라 불리는 청소년은 자본주의경제성장의 가장 큰 수혜자¹¹⁸⁾로, ‘소비 중심적’이며 대중문화에 무분별하게 몰입¹¹⁹⁾하는 양상을 보인다. 청소년들은 대중매체를 통해 제공되는 대중문화 속에서 스스로의 정체성을 찾고자 하며 그 문화를 선택하고 거기에 의미를 부여하는 과정을 통해서 자신의 하위문화를 형성한다.¹²⁰⁾ 이들은 지역, 생활방식, 연령에 따라 섬세하게 세분화된 다양한 하위문화를 형성하고 그들 각각의 그룹들은 대중스타의 명성과 스타일을 전파시키고 널리 퍼뜨리는 역할을 하고 있다.¹²¹⁾ 외국문화를 수입하거나 대중스타들의 문화를 그대로 모방하여 흡수하는 형상으로 나타나며, 키치의 대중화는 이러한 스타일을 모방하려는 청소년들에 의해 정착되어 가고 있다.¹²²⁾

오늘날 대중문화의 정점에 서있는 대중스타는 산업의 마케팅 장치이며, 문화적 의미와 이데올로기적 가치를 전달함과 동시에 개인적 취향과 친밀감, 욕망과 동일화를 끌어내는 사회적 기호가 되어 우리 사회에서 부동의 문화 권력으로 자리매김하고 있다.¹²³⁾ 이러한 의미에서 대중스타는 우리에게 그 사회의 특성을 읽어낼 수 있는 중요한 열쇠가 된다고 볼 수 있다.¹²⁴⁾

118) 현용진 (1994). 「청소년 시장의 최근동향: , ‘X ’, 현용진(편), 『廣告情報: 청소년 시장이 달라지고 있다』, 서울: 한국방송광고공사, p.21.
 119) 진정식 (2001). 전개서, pp.21-22.
 120) 원용진 (1996). 『대중문화의 패러다임』, 서울: 한나래, p.25.
 121) 장지인 (2006). 전개서, p.21.
 122) 조아라 (2010). 전개서, p.37.
 123) Morin, Edgar, 이상률(역) (1992). 『스타』, 서울: 문예출판사, p.273.
 124) 도경은 (2008). 전개서, p.188.

Ⅲ. 키치메이크업의 특성

키치 현상에 대한 유형 분류는 연구자 마다 다양하게 분류되어 지고 있다. 이성현, 김선형(2009)¹²⁵⁾는 키치메이크업의 미적 가치를 외적 특성으로 색, 소재, 형태로, 내적 특성으로 해학성, 회화성, 유희성, 향수성, 관능성, 저항성으로 나누었고, 김선아(2007)¹²⁶⁾는 키치 헤어아트의 조형적 특성을 소재, 형태, 질감, 색상으로, 유형화의 특성을 정치적, 종교적, 관능적, 향토적, 이국적으로 나누었다. 또한 김도영(2001)¹²⁷⁾은 키치의 조형적 특성을 소재, 장식, 색채, 문양, 문화현상으로, 허윤경(1999)¹²⁸⁾은 키치 패션의 조형적 특성을 누적성, 부적합성, 낭만성, 쾌락성, 풍자성, 중층성으로 분류하였다.

본 연구는 키치메이크업의 원활한 이해를 위해 패션쇼 메이크업 자료를 인용하였으며, 기존 선행논문들의 다양한 유형 분류를 토대로 키치메이크업에 표현된 키치특성을 시각적으로 확연히 그 특징을 알 수 있는 물리적 특성과 그 특징들을 접할 때 느낄 수 있는 감성들, 즉 심리적 특성으로 분류하였다. 키치메이크업에 표현된 물리적 키치특성은 ‘색’, ‘소재’, ‘형태’로, 심리적 키치특성은 ‘유희성’, ‘회화성’, ‘향수성’, ‘퇴폐성’, ‘저항성’으로 구분하여 키치 메이크업을 분석, 정리하였다.

1. 키치메이크업의 물리적 특성

1) 색

아브라함 몰르는 대중이 유사한 색을 ‘좋은 취미’로 선호하고 보색관계의

125) 이성현, 김선형 (2012). 전개서, pp.420-428.

126) 김선아 (2007). 전개서, pp.1492-1500.

127) 김도영 (2001). 전개서, pp.47-73.

128) 허윤경 (1999). 「현대패션에 표현된 KITSCH | 관한 연구」, 비슬, 10, p.283.

대담한 색을 ‘나쁜 취미’로 인식하는 것은 우리의 색상에 대한 인식을 이미 편견으로 단정 지은 그 어떤 정서에 의해 규정되어졌기 때문¹²⁹⁾이라고 설명한다. 이를 바꿔 말하면, 색에 대한 연상, 즉 색채 이미지는 매우 주관적이고 경험적인 것이기 때문에 동일한 색채 자극을 접하더라도 개인적인 차이가 있을 수 있다는 것이다. 색은 감성 그 자체로서 정서적 편견을 거친 이미지로 받아들여지므로 인식하는데 있어 확실히 모호성이 존재하지만, 어떤 공통적인 감각¹³⁰⁾이 잠재되어 있는 것 또한 분명하다.

색은 개인의 기호나 개성을 표현하기 위한 중요한 선택기준이 되며, 이는 키치메이크업에서 미적특성들을 용이하게 표현할 수 있는 수단이 된다. 색채는 메이크업의 전반적인 분위기를 결정짓는 매우 중요한 요소¹³¹⁾로서, 키치메이크업 역시 어떤 색채를 선택하느냐에 따라 연출의 방향성이 달라진다. 색채는 키치대상의 키치다움을 가장 잘 드러내주는 것이며, 키치에서 기본적으로 제일 중요한 역할을 담당하고 있는 것 또한 색채이다.

키치적 색상에 대해 조아라(2010)는 명도와 채도의 변화, 보색대비, 무지개 색상 등을 언급하며 ‘키치의 색상은 화려하고 눈에 띄는 자극적 원색의 색으로 정의될 수 있다’¹³²⁾고 서술했고, 이민경, 한명숙(2003)은 ‘키치의 색상은 화학적이고 강렬한 원색의 컬러와 명도가 높은 색상, 삼원색의 강렬한 대비’¹³³⁾라고 지목했으며, 이리라(2003)는 ‘키치광고에서 나타난 색채는 빨강, 노랑, 초록, 파랑이며 그중에서도 빨강과 초록의 보색대비가 키치성향을 크게 표출하려는 경향’¹³⁴⁾에 대해 언급했다.

이 같은 주장을 통해 키치적 색채는 우아하거나 세련되지 않은 자극적인

129) Moles, Abraham (1995). 전게서, p.65.

130) 김하니 (2001). 「1990 대 후반 패션 컬렉션에 나타난 색채의 특성」, 연세대학교 석사학위논문, p. 29.

131) 김도영 (2001). 전게서, p.61.

132) 조아라 (2010). 전게서, p.15.

133) 이민경, 한명숙 (2003). 「현대 키치패션에 표현된 조형적 특성」, 복식문화연구, 11(4), p.587.

134) 이리라 (2003). 「효과적인 키치광고를 위한 색채배색 연구」, 홍익대학교 석사학위논문, p.85.

원색 또는 고채도, 고명도의 색상, 보색관계 같은 강렬한 대비색 등을 의미함을 알 수 있다. 다색의 과도한 사용, 강조배색, 비정형적 색채의 산발적 배치, 조직력을 파괴하는 산만한 배색 등은 시각의 복잡성을 일으켜 키치적 미적경험을 가능하게 해주며,¹³⁵⁾ 이러한 키치색의 다변적 배치를 통한 부조화적 색상은 키치의 미적특성을 강조해주고 현란한 이미지를 전달한다.¹³⁶⁾

정해진 범위 내에서 제한된 색채만을 사용하는 기존메이크업과 달리 키치메이크업은 키치적 색상을 선택해 의외의 배색을 함으로써 키치적 요소를 극대화 시킨다. 어떠한 색채를 어디에 어떻게 사용하느냐에 따라 전혀 다른 결과물을 얻을 수 있는 것이다.

키치메이크업은 자극적인 원색이나 고명도 고채도의 색상들을 다양한 기법으로 사용하여 시선을 집중시키고 화려함, 촌스러움, 독창적이고 무질서한 감각 등을 표현한다. 또한 일반적으로 메이크업 제품의 색상으로 사용되지 않던 강렬한 원색을 과도하게 사용하고 제한적 범위를 벗어나 이목구비를 무시하기도 하며, 색의 영역을 지정해 극도로 절제된 색상을 연출하는 등 자유롭게 표현되고 있다. 색채의 극단적 대비는 메이크업에서 부조화의 색채를 키치적으로 잘 활용한 것으로서, 무채색과 유채색, 고명도와 저명도의 대비를 통해 키치메이크업의 색채표현에 새로운 시각효과를 부여한다. 즉 얼굴의 어떤 특정부위를 과장되게 표현하거나, 색상의 무리한 선택으로 인한 혼란을 주며 반대로 색상 자체를 축소시켜 생략하거나 극도로 제한하는 등 기발한 발상으로 새로운 시각효과를 보여주고 있는 것이다.

<그림 9>은 준보색인 노란색과 보라색을 이용하여 강한 이미지를 연출하고 있다. 원색의 아이섀도우와 빨간 입술, 진하게 과장된 눈썹과 머리카락과 연결된 듯 보이는 이마의 문양들이 화려하고 강렬한 느낌으로 다가온다.

<그림10>는 붉은색과 푸른색을 눈과 광대부분을 중심으로 광범위하게 그

135) 조아라 (2010). 전게서, pp.38-42.

136) 박경화 (2003). 전게서, p.42.

라레이션하여 색채의 대비를 표현하고, 그 외의 다른 메이크업을 최소화함으로써 메이크업의 모든 요소를 키치적 색채로 집중시키는 효과를 주었다.

<그림11>은 무채색만을 사용해 간결하고 절제된 느낌을 준다. 채도가 없는 B&W(Black&White)의 색상은 일반적인 뷰티메이크업에서 느낄 수 없는 독특하고 세련된 느낌을 준다.

<그림12>는 화려함을 선호하고 장식하고 싶은 여성들의 욕구에 의해 표현된 메이크업으로 약간의 촌스러움과 유치성이 색채를 통해 나타나는 키치적 특성이라 할 수 있다. 파스텔 톤의 부드러운 색상으로 소녀 같은 분위기를 연출하고 있다.

<그림13>와 <그림14>은 자극적인 색채들의 사용으로 키치적 이미지를 표현한 경우로, <그림13>는 눈가에 다채로운 비비드(vivid) 컬러들을 집중적으로 부과하여 화려하고 현란한 이미지를 연출하였고, <그림14>는 여러 가지의 원색을 한꺼번에 사용했을 때 나타날 수 있는 촌스러움을 색채의 구조적 배열을 통해 우아함으로 승화시켰다.

2) 소재

현대는 혁신적이고 풍부한 재료와 눈부신 기술의 발전 속에서 기존의 미의식을 탈피한 예술적 흐름이 성행하고 있다. 이러한 예술조류는 그 기발함과 참신함을 인정받아 회화, 조각, 광고, 패션, 디자인 등 다양한 영역과 예술종사자를 포함한 일반대중에게까지도 각광받고 있으며, 최근 키치메이크업에서 오브제 형식의 소재를 활용하는 경향이 두드러지게 나타나는 것 또한 이러한 예술조류의 일환으로 볼 수 있다. 이미 대중에게 익숙한 소재, 유치하고 유머러스한 오브제를 신선하게 재해석해 메이크업에 응용하는 것은 보는 사람들로 하여금 흥미를 유발시킨다.

키치적 소재, 즉 값이 싸고 질이 낮은 물건, 복제품이나 모방품, 비예술적

재료들은 주변에서 쉽게 구할 수 있는 것들이어야 한다. 이것은 대량생산이 용이한 저가의 모조품을 선호하는 대중적 경향이 반영된 것¹³⁷⁾으로, 이러한 조건의 소재를 사용한 메이크업일수록 더욱 키치에 가깝다고 말할 수 있다.

기존메이크업체계에서 피부 위에 입체적인 소재를 장식하는 것은 드물게, 혹은 한정적으로 사용되어왔지만, 키치메이크업에서는 이러한 한계를 극복하고 기존메이크업의 틀을 벗어나 예술표현의 영역을 확대하여 표현하고 있다.¹³⁸⁾ 기존메이크업에서 매트(matt), 펄(pearl), 글리터(glitter), 글로시(glossy) 등 매우 제한적인 소재들을 사용하여 표면광택의 유무정도로만 입체적 느낌을 표현했다면, 키치메이크업에서는 입체감이 두드러지는 비일상적인 독특한 소재들을 사용하여 시선을 사로잡는다. 큰 재료를 사용하여 입체적으로 돌출되어 보이는 부분은 시각적 초점이 되며 반대로 피부표면과 유사한 질감의 재료를 사용한 부분은 자연스럽게 표현된다.

여러 소재의 활용은 키치의 천박하고 속물적인 근성을 나타내주고, 저속하고 값싸 보이는 소재로 연출된 의도적인 저급함과 모방적 요소는 키치의 유치함을 강조하여 키치효과를 높인다. 키치메이크업에 사용되는 소재의 해체, 과장, 확대, 축소 등의 왜곡과 변형은 미적 조화의 관점에는 어긋나지만, 새롭고 혁신적인 디자인을 창조¹³⁹⁾하며 메이크업에 연출되는 키치적 특성을 배가시킨다.

키치메이크업에서 소재의 활용은 피어싱(Piercing), 스팅글(spangle), 깃털, 구슬, 인조보석 등을 사용하여 실험적인 방법으로 감각을 표현하거나, 종이, 직물조각, 인조가죽, 레이스, 비닐 등을 패치(patch)처럼 붙여 기존의 메이크업에서 볼 수 없는 디테일(detail)을 표현하는 것 등으로 나타난다.

<그림 15>은 화려한 여러 색상의 광택 재질 패치와 긴 속눈썹을 위아래로 붙여 눈매를 강조하고 있다. 위쪽 속눈썹에 장식된 레이스와 부착된 패치의

137) 김도영 (2001). 전게서, p.48.

138) 광지은 (2004). 「현대 컬렉션에 나타난 키치메이크업의 표현특성」, 대구대학교 석사학위논문, p.29.

139) 조아라 (2010). 전게서, p.16.

형태가 나비라는 이미지를 연상시킨다. 광택 패치에 알맞은 글로시한 레드 립으로 완성도 높은 메이크업을 연출했다.

<그림16>는 피부와 질감이 유사한 금박의 오브제를 사용했다. 입체적인 소재에 의한 시선의 집중이 아닌 빛의 반사에 의한 시각적 효과를 의도하고 있다. 소재의 특성을 잘 활용한 메이크업으로 많은 색채를 사용한 키치메이크업 못지않은 화려함이 잘 드러난다.

<그림17>은 메탈릭(metallic)한 사각형 모양의 작은 패치를 이어 붙여 아이메이크업(eye makeup)을 연출했다. 아이브로우와 아이라인의 모양을 따라 검정색 메탈조각을 붙이고, 금빛 패치를 눈두덩에 채워 붙임인 것이 마치 골드 스모키메이크업(gold smoky makeup)과 같은 느낌을 준다.

<그림18>은 립스틱과 동일한 색상의 인조보석을 덧붙여 입술을 강조했다. 인조보석 등의 소재가 활용된 부분으로 시선을 집중시켜 얼굴의 특정 부분을 강조하는 연출법은 범위나 색상에 따라 다양한 유형으로 드물지 않게 사용되는 방법이다.

<그림19>는 부자연스러운 색상의 메이크업과 함께 키치적 색상의 키치적 소재를 사용함으로써 독창적인 이미지를 나타내고 있다. 즉, 튀는 색상들의 부조화스러운 조합과 값싸 보이는 소재의 사용, 과도한 액세서리들이 천박하고 반미학적인 키치이미지를 연출하고 있다.

<그림20>는 머리장식과 동일한 재료를 소재로 사용하여 메이크업의 연출 효과를 극대화시켰다. 머리 장식과 같은 색의 강렬한 블랙 스모키메이크업과 눈 꼬리로 뻗어나가는 모양으로 레이어드(layered)된 직물조각과 레이스는 의상 없이도 훌륭한 베일 룩(veil look)을 완성했다.

3) 형태

여성미를 추구하는 기존 메이크업에서는 얼굴윤곽을 아름답게 보이는데 초

점을 맞추어 비례, 균형에 맞는 형태를 고려하는데 비하여 키치적 요소가 응용된 메이크업은 기존의 정형적인 스타일을 탈피하여 이목구비 등 얼굴의 형태를 크게 고려하지 않는다.¹⁴⁰⁾ 키치메이크업은 얼굴의 형태를 이루는 점·선·면 등을 조화롭게 만들기보다는 기발하고 참신한 접근으로 메이크업의 표현영역을 확대하며 무한한 가능성의 장을 열었다.¹⁴¹⁾

키치메이크업은 강조하지 않던 부분을 강조하고 이목구비의 형태나 좌우대칭구도를 파괴하는 등 탈형식적인 다양한 표현들이 시도되고 있으며, 사물의 본래적 기능과 형태를 초월한 지점에서 존재를 인식하고, 일상적 위치와 공간을 다르게 인식하는 방식으로 키치의 형태적 특성을 나타낸다.¹⁴²⁾ 하나의 점으로 단일 초점으로 연출하거나 다수의 점으로 예술적인 패턴을 표현하고, 눈썹과 아이라인 같은 얼굴의 선이나 인위적인 선의 굵기나 형태, 색들에 변화를 주어 이미지를 다양하게 나타내며, 도형적인 디자인이나 전체를 덮는 디자인 등을 조형적 요소에 상관없이 얼굴 면에 표현하기도 한다.

이와 더불어 키치적으로 재해석된 상징적인 문양들이 메이크업의 연출요소가 되는 경우도 있는데, 이러한 문양이 바탕 위에서 하나의 공간적 위치를 확보할 때, 조잡한 문양과 바탕 사이의 경쟁은 에너지와 긴장감을 야기하며 바탕과 대조, 부각¹⁴³⁾되어 연출된다. 주로 천박하고 속물스러운 통속적 문양이나 기존 미의식의 관념을 배제하는 인간의 내면적 현실성을 반영한 파격적인 문양들이 키치적 형태로 변화되어 나타난다.¹⁴⁴⁾ 추상적 문양, 토속적인 원색문양, 기하학적 문양, 꽃문양, 글자, 구호 등 문자적 문양, 예술적 문양 등 다양한 문양들이 여러 형태로 조잡하게 표현되고 있다.¹⁴⁵⁾

<그림21>은 미간과 이마, 코, 광대 등 얼굴의 윤곽을 무시하고 일직선으로

140) 이성현, 김선형 (2012). 전계서, p.424.

141) 김영미 (2011). 전계서, p.47.

142) 박경화 (2003). 전계서, p.39.

143) DeLong, Manilyn Revell, 금기숙(역) (1997). 『복식조형을 보는 시각』, 서울: 이즘, p.109.

144) 김도영 (2001). 전계서, p.65.

145) 박경화 (2003). 전계서, p.53.

보이도록 눈 주변에 굵은 선을 그려 넣었다. 얼굴 전체의 흰색 바탕과 극명하게 대비되는 검정색 선은 파괴된 조형미를 더욱 도드라져 보이게 만든다.

<그림22>은 주황빛의 색채를 얼굴의 형태에 상관없이 마구잡이로 도포하였다. 패턴을 찾아볼 수 없는 무질서한 색의 나열로 형성된 산만하고 정제되지 않은 키치적 이미지가 금빛 눈썹과 진한 다홍색 입술의 연출을 통해 예술적 이미지로 승화되었다.

<그림23>는 표현 영역을 제한하여 얼굴의 조형적 요소를 변화시킨 예이다. 얼굴영역보다 축소되어 설정된 화이트 존(white zone)과 그 안에 단순화되어 영성하게 표현된 메이크업은 유치하고 천박한 키치 특유의 유머러스한 분위기를 잘 표현하고 있다.

<그림24>은 앞의 사진과 마찬가지로 얼굴영역을 W형태의 화이트 존으로 나누고 인위적인 눈썹과 아이라인, 속눈썹을 이와 대비되는 블랙으로 강조하여 강렬하고 날카로운 이미지를 연출했다.

<그림25>는 연보라색과 하얀색으로 얼굴의 경계를 주어 구역을 나누고 만화 같은 입술과 기발한 디자인의 안경을 소재로 사용함으로써 가상 속 캐릭터 같은 비현실적 이미지를 연출하며 저속하고 우스꽝스러운 키치적 느낌을 준다.

<그림26>는 오직 화이트&블랙만을 사용하여 얼굴의 형태와 상관없이 이미지를 드라마틱하게 바꿀 수 있는 기반을 마련했다. 처진 눈매와 앙다문 입술로 전체적으로 우울한 이미지를 연출했으며, 블랙 존에 펄을 사용하여 몽환적인 이미지도 함께 연출되고 있다.



<그림 9> John Galliano
Spring 2008 146)



<그림10> Vivienne Westwood
S/S 2012 (1) 147)



<그림11> Christian Dior
Spring 2004 (1) 148)



<그림12> Meadham Kirchhoff
Spring 2012 (1) 149)

146) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/14894/john-galliano-spring-2008-red-and-gold-makeup/>>, 검색일 2013.10.4.

147) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/6507/green-gorgeous/>>, 검색일 2013.10.4.

148) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2004_spring-dior-2/>, 검색일 2013.10.4.

149) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/10109/meadham-kirchhoff-spring-2012-rtw-beauty/mead>



<그림13> Chanel Spring 2014 ¹⁵⁰⁾



<그림14> Meadham Kirchhoff F/W 2012 ¹⁵¹⁾



<그림15> Christian Dior 2003
Pat Macgrath ¹⁵²⁾



<그림16> Fendi
S/S 2012 (1) ¹⁵³⁾

ham-kirchhoff-spring-2012-rtw-backstage-beauty-5/>, 검색일 2013.10.4.
 150) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/18414/beauty-chanel-spring-2014/>>, 검색일 2013.10.4.
 151) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/8525/meadham-kirchhoff-fw-2012/>>, 검색일 2013.10.4.
 152) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003dior-pat-mcgrath-2003-2/>>, 검색일 2013.10.4.
 153) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/wp-content/uploads/2012/02/Fendi-SS-2012-1.jpg>>, 검색일 2013.10.4.



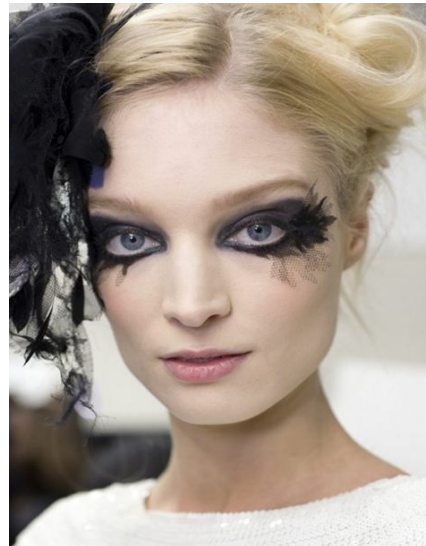
<그림17> Christian Dior Spring 2008 ¹⁵⁴⁾



<그림18> Christian Dior Spring 2013 ¹⁵⁵⁾



<그림19> Manish Arora 2007 ¹⁵⁶⁾



<그림20> Chanel Spring 2013 ¹⁵⁷⁾

154) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2008_spring_couture-dior-8/>, 검색일 2013.10.4.

155) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/14539/beauty-at-christian-dior-haute-couture-spring-2013/beauty-at-christian-dior-haute-couture-spring-2013-4/>>, 검색일 2013.10.4.

156) <<http://www.londonnet.co.uk/lookinggoodlondon/labels/Makeup.html>>, 검색일 2013.10.4.

157) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/14954/black-lace-applique-at-chanel-spring-couture-2013/>>, 검색일 2013.10.4.



<그림21> Christian Dior Spring 2002 ¹⁵⁸⁾



<그림22> Vivienne Westwood S/S 2012 (2) ¹⁵⁹⁾



<그림23> Christian Dior Spring 2003 (1) ¹⁶⁰⁾



<그림24> Christian Dior Spring 2003 (2) ¹⁶¹⁾

158) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2002_spring_couture-dior-3-2/>, 검색일 2013.10.4.

159) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/9830/vivienne-westwood-ss-2012-backstage-beauty/backstage-vivienne-westwood-fashion-show-spring-summer-2012-1/>>, 검색일 2013.10.4.

160) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003_spring_couture-dior-1-2/>, 검색일 2013.10.4.

161) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003_spring_co



<그림25> Christian Dior Fall 2003 (1) 162)



<그림26> Christian Dior Fall 2006 163)

2. 키치메이크업의 심리적 특성

1) 유희성

유희성이란 ‘해방과 자유의 감정, 유희충동의 발산’으로 고전주의적 경향에 힘입어 나타나며 일상 규칙의 위반, 변형, 모순, 부조화를 통해 보는 이에게 놀라움, 쾌감, 우월감을 느끼게 하여 웃음을 자아내는 특성¹⁶⁴⁾을 말한다.

심오한 철학보다는 쉽게 웃고 잊을 수 있는 유머와 재치를 통해, 균형과 조화의 정제된 아름다움보다는 새롭고 파격적인 생동감으로 인간성 회복을 표현한다. 이는 유아기와 같은 순진무구한 시기의 특성과도 같으며 내면의

uture-dior-5-2/>, 검색일 2013.10.4.

162) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003_fall_couture-dior-3-2/>, 검색일 2013.10.4.

163) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2006_fall_couture-dior-2/>, 검색일 2013.10.4.

164) 이경아 (1998). 「현대 패션에 나타난 유희성에 관한 연구: 희극적 특성을 중심으로」, 홍익대학교 석사학위논문, p.31.

상태를 자유롭게 표현한 무의식의 상태와도 유사하다. 팝아트적인 유머와 즐거움을 단순하면서 자유로운 키치 감각으로 표현하며,¹⁶⁵⁾ 이러한 경향은 가볍고 즐거운 유희적인 감정들이 서로 혼합되어 익살스런 파괴와 새로움을 창조하는 특성으로 전개된다.

유희는 절대적으로 유쾌한 재미만 주는 수단으로, 기능성과 합리성을 배제한 탈 중심화를 지향한다.¹⁶⁶⁾ 심각함보다는 유머러스함을 주고 기존의 정형화된 메이크업에서 벗어나 해방감을 주며 고급스러운 이미지가 아닌 촌스러운 이미지를 나타낸다.¹⁶⁷⁾ 대중에게 편안하고 익숙한 형태로 연출하거나 존재의 가벼움을 느끼게 하여 진지한 의미들이 사라진 재밌거리를 준다.¹⁶⁸⁾

유희성은 키치메이크업에서 색채, 형태, 소재, 질감 등 다양한 방법을 통해 표현되어지는데, 주로 이질적인 것들을 융합시켜 유희적 감성을 드러내려는 표현기법이 자주 발견된다. 산만한 소재와 싸구려 액세서리 등의 과잉장식으로 원시적인 순수성과 무질서, 유머와 비진지성을 표현하며 ‘평범함을 거부하는 대범함, 장난스러움’¹⁶⁹⁾ 등의 유희적 감성을 맘껏 드러내고, 키치적 색상을 다량으로 사용하거나 얼굴의 조형을 무시한 채 형태를 변형, 또는 왜곡시킴으로써 재미와 웃음을 유도하고 낙천적 이미지를 창출한다.

<그림27>은 눈두덩에 입체감이 다른 두 가지의 소재를 이중으로 사용했다. 커다란 안경과 롤 케이크 같은 머리모양이 장난스러움을 표현한다.

<그림28>은 브라운 톤의 전반적으로 무겁고 진한 메이크업 스타일을 연출하고 눈 밑에 얇은 패치를 붙였다. 얼핏 눈물을 연상시키는 패치가 사실은 귀여운 소녀 모양이라는 것을 알아챘을 때 키치 특유의 유희성이 묻어난다.

165) 박경화 (2003). 전게서, p.93.

166) 이숙연, 정영미 (2010). 「현대 메이크업에 나타난 모더니즘 연구: 1920 2000 !대 이후를 중심으로」, 한국메이크업디자인학회지, 6(1), p.72.

167) 박선정 (2008). 「메이크업의 퓨처리즘 표현에 관한 연구: 2000 !대 이후 패션소메이크업을 중심으로」, 한성대학교 석사학위논문, p.75.

168) 광지은 (2004). 전게서, p.25.

169) 김경옥 (1998). 전게서, p.81.

<그림29>은 일부러 붉은 뺨과 빼곡한 주근깨, 눈 밑의 선을 표현함으로써 단순하고 촌스러운 느낌을 강조했으며, 장난기 가득한 말괄량이 같은 이미지를 연출했다.

<그림30>는 갈색의 피부에 연출된 금색 눈썹과 파란 아이섀도, 빨간 볼, 메탈릭(metallic)한 새파란 입술 등이 주는 색채의 부적절함과 질감의 이질적 느낌은 왠지 어색하고 부조화된 우스꽝스런 인상을 남긴다.

<그림31>은 하얀 얼굴과 과장된 아이메이크업, 한 올 한 올 그린 아이브로우, 얼굴선 전체를 감싸는 볼터치, 새빨간 입술 등이 피에로 인형 같은 느낌을 준다.

2) 회화성

키치메이크업에서 회화성이란 얼굴 위에 여러 가지 선이나 색채로 형상을 그려내거나, 오브제를 이용하여 다른 형태를 삽입하는 것을 말한다. 얼굴은 평면적인 캔버스와는 달리, 입체적 조형성을 띠고 있기 때문에 다양한 양상으로 회화적 이미지를 연출할 수 있다.¹⁷⁰⁾ 회화적 이미지는 색채, 선·면, 오브제, 문양 등의 형태가 메이크업의 요소로 나타나며, 이는 얼굴의 형태를 무시하고 오히려 새로운 공간개념을 창출하며 불확실성을 드러낸다.¹⁷¹⁾

키치메이크업의 회화적 연출법은 예술사조의 영향에 따라 크게 두 가지로 나누어 살펴볼 수 있다.

첫 번째는 옵아트(Optical art)의 영향을 받아 색채의 장력(張力)이나 기하학적 형태를 통하여 순수한 시각상의 효과를 추구하는 기법이다.¹⁷²⁾ 즉, 기존의 정형화 된 색상에서 벗어난 추상적 색상들을 새롭게 배색 시도 하여 이

170) 김영미 (2011). 전계서, p.30.

171) 박선희, 임영자 (2007). 「오프꾸뛰르 컬렉션에서 본 메이크업경향에 관한 연구: 2003 S/S 이후 크리스찬 디올을 중심으로」, 한국복식학회지, 57(1), p.89.

172) “옵아트, 두피디아 doopedia”, <<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1179335&cid=200000000&categoryId=200003495>>, 검색일 2013.11.20.

질적으로 사용하거나, 선·면·도형 등 단순한 형태를 이용하여 기하학적 표현 방법으로 응용하는 것이다. 이렇게 연출된 부조화적 키치이미지는 기발하고 흥미로운 모티브를 창출하고 보는 이에게 시각적인 즐거움을 준다.

두 번째는 입체주의(Cubism)의 영향을 받아 다양한 오브제를 선택하여 메이크업 아티스트의 의도와 작품의 주제를 조형적 요소로 구현하는 것, 즉 콜라주기법으로 나타난다.¹⁷³⁾ 콜라주기법은 풀로 붙인다는 의미 그대로, 키치적 오브제를 얼굴에 부착하는 방식으로 표현되며, 회화와 조각의 중간에 위치하는 새로운 형태의 조형예술이다. 콜라주형태의 메이크업 연출법은 기존 재료의 적절성에 대한 관념을 깨고 재료가 갖는 한계성을 극복하여 재미를 유발¹⁷⁴⁾시켰으며, 화장품 외에 이질적인 소재를 사용하지 않던 메이크업의 전통적 미학과 형식에서 이탈되는 충격적인 새로움¹⁷⁵⁾을 주었다.

이와 같이 키치메이크업에서는 여러 가지 강렬하고 추상적인 색상들의 이질적, 독창적 배색, 또는 자유로운 선들을 이용한 문양·문자 등의 기하학적 형상화, 그리고 얼굴에 오브제를 부착하는 콜라주기법 등에서 회화적 특성을 찾을 수 있다. 기존의 정형화된 색상, 형태, 소재에서 벗어난 키치의 회화적 이미지는 일반 메이크업 개념을 넘어 하나의 조형 예술적 작품이라 할 수 있는 것이다.

<그림32>은 눈썹과 눈, 입술에 검은 선으로 테두리를 그리듯 표현했다. 비비드한 색채의 절제된 사용과 얼굴선을 강조하는 선의 형태에서 키치의 회화성이 드러난다.

<그림33>는 얼핏 깃털오브제를 사용한 것 같지만, 실제로는 흰색과 검정색을 사용한 연속적인 선과 면들로 깃털을 연상시키는 문양을 형상화한, 정교한 회화성이 돋보이는 메이크업이다.

<그림34>은 검정색 테이프(tape)형태의 오브제를 아이브로우와 뒤쪽 아이

173) 광지은 (2004). 전게서, p.53.

174) 정삼호 (1996). 전게서, pp.103-104.

175) 박선희, 임영자 (2007). 전게서, p.89.

라인에 부착하고, 검은 선과 흰색 면과 연결시켜 모델의 전체 눈을 눈동자로 보이게끔 연출하였다. 메탈릭한 금색의 아이섀도우와 립이 의상과 어우러져 이집트의 파라오를 연상케 한다.

<그림35>는 아이브로우 역할의 인위적인 검은 선을 중심으로 풍성한 나뭇잎을 연상시키는 그림을 그려 넣었다. 속눈썹에서 날개처럼 뒤로 길게 뻗어 나가는 붉은 오브제와 입술에 부착된 붉은 큐빅이 작품의 완성도를 높인다.

<그림36>는 눈썹과 눈, 볼, 입술 위에 붓으로 아무렇게나 칠해놓은 것 같은 알록달록한 선과 면으로 광대 같은 이미지를 형상화한 메이크업으로 키치의 회화성이 드러난다.

3) 향수성

키치는 낭만성에서 나타나는 향토적 성향을 가지고 있으며, 현대의 경직되고 긴장된 삶을 탈피하려는 욕구나 어릴 적 동심에의 동경 등을 시각적 효과를 통해 반영하여 사회적 해방의 감정을 표현하기도 한다.¹⁷⁶⁾ 현대 예술의 흐름이 다양하고 복잡한 내면세계의 시각적 표출에 그 가치를 부여하는 방향으로 전개되고 있다는 점에서 향수적 키치는 인간의 내면 감성의 세계를 표현하는 중요한 예술수단이 된다.

현대의 예술가들은 과거의 것과 현재의 것, 혹은 미래의 것을 혼합하는 양상을 띠는데 이는 낭만적인 과거로의 회기본능과 미래의 기대감을 표현하는 중요한 모티브로 자리 잡았다. 따라서 현대메이크업도 하나의 개념이 아닌 복합적인 개념으로 과거와 현재, 현재와 미래가 공조하거나 극단적인 감성이 어우러져 복합적인 감성을 표출하고 있다.

키치메이크업에서의 향수성은 주로 역사적 상황이나 특정한 지역적 배경을 연출하는 패션쇼에서 의상과의 조화를 통해서 나타나는데, 과거의 것을 재

176) 장미숙 (1999). 전계서, p.79.

경험하여 심리적 위로를 얻는 회귀적 성향, 현실과 진실보다는 꿈과 환상, 허위를 좇아 먼 세계를 동경하는 이국 취향, 해학적으로 비평하는 풍자적 태도 등의 정서를 바탕으로, 고대 이집트로부터 1980년대 풍에 이르기까지 다양하게 나타난다. 예를 들면, 자연을 동경하는 자연주의적 형태와 과거의 히피나 보헤미안으로의 회귀와 같은 토속적 낭만주의 형태, 경극(京劇)이나, 가부키(歌舞伎), 이집트, 인도풍의 동양적인 선과 민속적 장식의 영향을 받은 이국적인 형태 등의 메이크업으로 표현된다. 이러한 메이크업은 과거에 유행했던 메이크업을 도입하여 사용하거나 분해하고 재창조하는 절충적 양식을 띠고 있으며, 강렬한 색채와 형태의 왜곡, 싸구려 장식 등을 통해 연출되곤 한다.

<그림37>은 블랙 아이브로우와 레드 립의 연출로 강렬한 이미지를 나타내고 있다. 강하고 선적인 눈썹과 진하고 매트한 입술, 눈 꼬리로 상승하는 붉은 아이새도가 동양적 느낌을 나타낸다.

<그림38>은 하얀 얼굴과 빨간 입술, 짧고 가는 아이브로우의 형태, 기모노와 비슷한 의상 등이 일본풍의 느낌을 준다. 눈에서 이마로 올라가며 연출된 3색 층이 의상의 색상과 어우러져 연출효과를 극대화 하고 있다.

<그림39>은 은색과 핫핑크의 이중 배색, 비비드한 오렌지색 입술 등이 색채적 미적 감성을 자극하여 현실과 멀어지는 듯 신비로운 분위기를 연출한다. 가늘고 길게 연출된 눈매는 동양적 느낌을 주며 신비로움을 더해준다.

<그림40>는 가부키 분장의 상징적인 특징들을 반영하여 현대적으로 재해석했다. 메이크업뿐만 아니라 장신구와 의상, 헤어스타일의 색상과 분위기를 통일하여 매우 강한 이미지를 나타낸다.

<그림41>은 다채로운 색상을 사용한 아이메이크업에서 젊고 자유분방한 감성을 찾을 수 있다. 환상적이고 화려한 색채감과 잘게 뿔은 헤어스타일이 전반적으로 보헤미안적 히피스타일을 연상시킨다.

4) 퇴폐성

키치와 관련된 이미지는 소비를 통한 물질적 풍요가 가져온 소유의식과 공격성의 증가이다. 그것은 방화, 약탈, 파괴적 본능과 유사한 심리적 요구에서 비롯된 것으로 쾌락의 현실화를 갈망하는 인간의 본능적 표출이다.¹⁷⁷⁾

키치적 퇴폐성은 이러한 쾌락주의에 기인¹⁷⁸⁾하며, 주로 대중문화 안에서 관능적이고 에로티시즘적인 형태나 양성적(androgyny)으로 표현되어지고, 인위적이고 자극적인 장식을 통해 현대문명 속에서 파괴되어 가는 인간의 모습을 가시적, 인공적으로 표현한다.¹⁷⁹⁾

성의 양성화 현상은 성차별주의의 극복을 시도한 것으로, 계급, 연령, 시대, 성을 초월하려는 의지를 부각시켰고 상식을 초월한 개성 위주의 문화형성을 주도했다.¹⁸⁰⁾ 양성성은 이분법적으로 나뉘었던 성의 개념을 허물고 양성을 공유하려는 경향으로, 일정한 형식을 갖추지 않은 자유로운 양성감성의 요소를 강조, 변형, 왜곡함으로써 남녀의 내면적 자유에 대한 심리를 절충, 융화 시켜 자신의 정체성을 드러낸다.¹⁸¹⁾

성의 관능적 표출은 인간의 성적 매력을 감각적으로 표현한 것으로서, 성적인 만족감의 페티시즘(Fetishism)과 이성을 유혹하는 에로티시즘(Eroticism)을 동반하며 감성과 개성을 중시하는 쾌락적 인간상을 추구¹⁸²⁾한다. 새디즘이나 매저키즘의 공격적인 면이 직간접적으로 적용되어 주로 공격적인 여성상으로 표현되며,¹⁸³⁾ 극단적으로 로맨틱한 선정성을 선보이거나, 부자연스럽고 불건전한 양상¹⁸⁴⁾을 보인다.

177) 김민수 (1996). 「키치광고의 속성과 문화적 상징성」, 『월간디자인(DESIGN)(6)』 서울: 디자인 하우스, p.171.

178) 김정숙 (1996). 전게서, p.46.

179) 김혜정 (1996). 「현대 패션에 나타난 키치에 관한 연구」, 홍익대학교 석사학위논문, p.67.

180) 김도영 (2001). 전게서, pp.68-69.

181) 박경화 (2003). 전게서, p.80.

182) 서승미 (1999). 전게서, pp.10-11.

183) 김혜정 (1996). 전게서, p.67.

키치메이크업에서 나타나는 퇴폐성은 눈과 입을 강조하는 기법이 주를 이루고 있으며, 얼굴 전체적으로 어두운 색상들을 사용한다. 주로 관능적인 느낌으로 표현되며, 고명도의 밝은 색보다는 저명도, 검붉고 푸른 계열의 저채도, 자극적인 색상¹⁸⁵⁾ 등 전형적인 메이크업에서 볼 수 없는 선정적 색채를 많이 사용하여 퇴폐적이고 에로틱한 이미지를 나타낸다. 그밖에도 여성 전용물로 여겨져 왔던 메이크업을 남성이 행함으로써 기존의 고정관념을 깨는 의외성을 통해 표현되기도 한다.

<그림42>은 어두운 눈매와 강렬한 레드 립, 망사를 연상시키는 머리장식이 여성의 관능적미를 강조한다. 특히 원래의 입술보다 크게 그린 도톰하고 새빨간 입술이 섹시미를 더해준다.

<그림43>는 검정색 아이섀도를 눈 전체에 광범위하게 사용하여 강렬한 눈매를 연출하고 검정색 인조보석을 입술 위에 붙였다. 강렬한 블랙 스모키메이크업이 주는 섹시한 분위기에 인조보석으로 연출된 입술 위의 점이 더해져 관능미를 배가시킨다.

<그림44>은 진하게 상승형으로 연출한 아이브로우와 레드 립이 강렬한 분위기를 형성하고, 이에 붉은 계열의 상승형 아이메이크업과 블러셔가 더해져 도발적이고 공격적인 섹시함을 표현해 준다.

<그림45>는 아이브로우의 색을 완전히 제거하여 얼굴전체를 하얗게 만들고 남성적인 헤어스타일을 연출했다. 얼굴을 한 가지 색으로 덮어버림으로써 본래 가지고 있는 여성적 얼굴선이나 특징들을 완전히 제거해 중성적 느낌을 의도했다.

<그림46>는 브론즈(bronze)한 피부표현과 진한 상승형 아이브로우, 모자와 성냥개비 등의 소품들은 남성미를, 분홍색 아이섀도와 붉은 볼, 새빨간 입술은 여성미를 나타낸다. 서로 다른 성의 상징적 특징을 교차적으로 표현

184) 장미숙 (1999). 전게서, p.83.

185) 김영미 (2011). 전게서, p.32.

해 두개의 성이 혼재하는 양성적 이미지를 연출했다.

5) 저항성

키치는 태생부터 저항적 성향을 가지고 있으며, 이는 평범한 것을 거부하며 기성세대들에 대한 이질감을 유발하고, 하위문화 집단들의 정체성을 드러낸다.¹⁸⁶⁾ 인류역사의 영원한 논점인 사회계층, 기성세대가 독점한 사회에서의 좌절, 미래에 대한 허무주의(Nihilism), 무질서, 무정부주의(Anarchism)로 도피하는 방식으로 저항미를 드러내고 있으며, 희망에 대한 기대를 절망을 통해 표현하여 꿈이 없고, 우울하고, 이상화된 세계를 거부하여 다시 꿈을 찾는 다소 역설적인 형태들로 나타난다.¹⁸⁷⁾

하위문화 집단들의 개성표현 욕구와 일탈의 의지에 의해 발생된 키치의 저항성은 억압되어 있는 현대인들에게 신선한 충격을 주며 고정적인 이미지에서 벗어난 창조적인 기법으로 부조화적인 형태를 자유롭게 재구성¹⁸⁸⁾ 한다.

키치메이크업에서 나타나는 저항성은 기본적인 규칙을 무시하고 비평적인 태도를 취하는 정신적 표현으로, 전통예술과 같이 수준 높게 정제되지는 않았지만 매우 민주적, 개방적인 미적세계를 표현함으로써, 일탈적, 반미학적, 반전통적 미를 성립¹⁸⁹⁾하였다. 역동적이고 과감함, 촌스러움 등의 특성을 가지며, 과거 핑크 등의 영향을 받아 혐오스런 특성, 악귀적인 특성, 부조화, 부적합 등의 양상으로 색상의 부조화, 혐오성, 악마성 등의 특징¹⁹⁰⁾을 나타내기도 한다. 혐오감을 줄만큼 천박하고, 저속하고, 과격적이며 유치한 키치의 저항적 이미지들이 현대의 미적관념을 통해 이제는 '전위적 미'라는 새로운 가치를 얻으며 예술성을 인정받고 있는 것¹⁹¹⁾이다.

186) 김도영 (2001). 전개서, p.61.

187) 박경화 (2003). 전개서, pp.87-89.

188) 서승미 (1999). 전개서, p.9.

189) 박길순, 이수인 (2000). 전개서, p.379.

190) 김도영 (2001). 전개서, p.56.

키치의 저항적 요소가 가미된 메이크업은 지나치게 산만한 장식과 자극적인 색채의 과다사용, 부적합한 배합 등으로 표출되어진다. 주로 얼굴의 형태와 맞지 않는 메이크업이나 어울리지 않는 색채와 소재를 함께 사용함으로써 전통적인 패턴형태를 버리고 새로운 형태를 추구하여 기존의 미의식을 부정하는 모습으로 표현¹⁹²⁾되는 것이다. 또한 소재나 형태에 있어 서로 이질감이 나는 오브제로 장식하고 크거나 작게 과장되어 표현되는 형태이며, 부조화, 무절제, 무질서의 형식¹⁹³⁾ 등 조형원리인 균형이나 비례에 맞지 않는 부적절함이 미적 대상의 결합을 통해 표현¹⁹⁴⁾되고 있다.

<그림47>은 핑키(funky)스타일에 영향을 받은 것으로, 붉은 머리와 눈의 언더라인을 강조한 블루 아이메이크업, 진한 오렌지색 블러셔 등이 다른 핑키적 패션 요소와 어우러져 반항적 이미지를 연출하고 있다.

<그림48>는 보라색 아이섀도로 깊게 파여 보이도록 연출된 눈매에 눈물로 번져 흘러내린 듯 연출한 보라색 선, 한 줄로 표현한 보라색 아이브로우, 광대를 강조하는 오렌지 블러셔(blusher), 붉은 입술이 촌스럽고 부적절한 느낌을 준다. 천박해 보이는 메이크업은 화려한 장신구 및 의상과 대비되면서 더욱 부조화스럽게 느껴진다.

<그림49>은 하얀 얼굴에 무질서하게 그려진 비정형화된 검은색과 빨간색 선들이 괴기스러움을 풍긴다. 색채간의 확연한 구분과 일그러진 연출형태가 혐오감과 섬뜩함, 부적합한 느낌을 주며 좀비나 해골을 연상시킨다.

<그림50>은 피부표현에 잘 사용하지 않는 붉은 색으로 얼굴 전체를 칠하고, 짙은 보라색 아이섀도로 어두운 눈매를 연출하였다. 일반적인 메이크업에서 볼 수 없는 색상으로 채워진 얼굴은 부적합하고 악귀적, 악마적인 인상으로 다가온다.

191) 박일호 (2007). 전게서, pp.149-151.

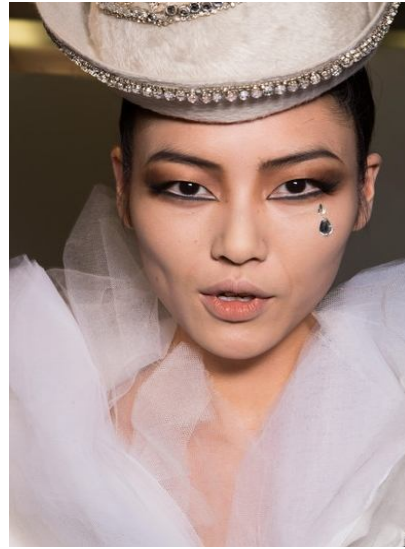
192) 안갑순 (1999). 전게서, p.29.

193) 김경옥 (1998). 전게서, p.33.

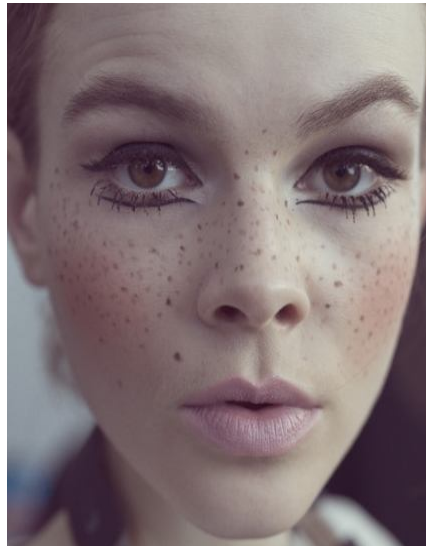
194) 김선아 (2007). 전게서, pp.1494-1495.



<그림27> Fendi S/S 2012 (2) 195)



<그림28> Jean Paul Gaultier Fall 2013 196)



<그림29> Jeremy Scott S/S 2012 197)



<그림30> Vivienne Westwood
S/S 2012 (3) 198)

195) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/wp-content/uploads/2012/02/Fendi-SS-2012-11.jpg>>, 검색일 2013.10.5.

196) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/17340/beauty-jean-paul-gaultier-fall-2013/jean-paul-gaultier-couture-fall-2013-beauty-9/>>, 검색일 2013.10.5.

197) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/6527/ruby-at-jeremy-scott/>>, 검색일 2013.10.5.

198) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/9830/vivienne-westwood-ss-2012-backstage-beauty/backstage-vivienne-westwood-fashion-show-spring-summer-2012-20/>>, 검색일 2013.10.5.



<그림31> John Galliano S/S 2009 199)



<그림32> Vivienne Westwood F/W 2013 200)



<그림33> Alexander McQueen
S/S 2008 201)



<그림34> Christian Dior
Spring 2004 (2) 202)

199) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/17206/john-galliano-ss-09-beauty/john-galliano-spring-summer-2009-ready-to-wear-beauty-2/>>, 검색일 2013.10.5.

200) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/15093/vivienne-westwood-red-label-fall-winter-2013/vivienne-westwood-red-label-fall-winter-2013-5/>>, 검색일 2013.10.5.

201) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/12324/alexander-mcqueen-spring-summer-2008-beauty/>>, 검색일 2013.10.5.

202) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2004_spring_couture-dior1-2/>, 검색일 2013.10.5.



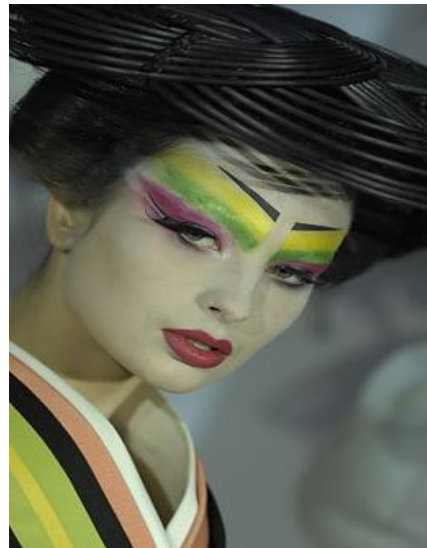
<그림35> Christian Dior
Spring 2003 (3) ²⁰³⁾



<그림36> Meadham Kirchhoff
Spring 2012 (2) ²⁰⁴⁾



<그림37> Jean Paul Gaultier 2013 (1) ²⁰⁵⁾



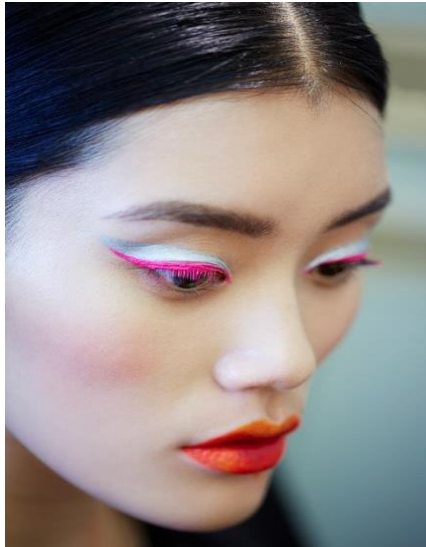
<그림38> Christian Dior Spring 2007 ²⁰⁶⁾

203) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003_spring-dior-mcgrath-6-2/>, 검색일 2013.10.5.

204) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/10109/meadham-kirchhoff-spring-2012-rtw-beauty/>>, 검색일 2013.10.5.

205) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/12958/jean-paul-gaultier-2013-rtw-beauty-backstage/jean-paul-gaultier-2013-rtw-backstage-beauty-5a-boy-george/>>, 검색일 2013.10.5.

206) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2007_spring_couture3-dior/>, 검색일 2013.10.5.



<그림39> Dior Haute Couture
A/W 2012 ²⁰⁷⁾



<그림40> Christian Dior
Spring 2003 (4)²⁰⁸⁾



<그림41> Jean Paul Gaultier S/S 2010 ²⁰⁹⁾ <그림42> Jean Paul Gaultier Fall 2012 ²¹⁰⁾

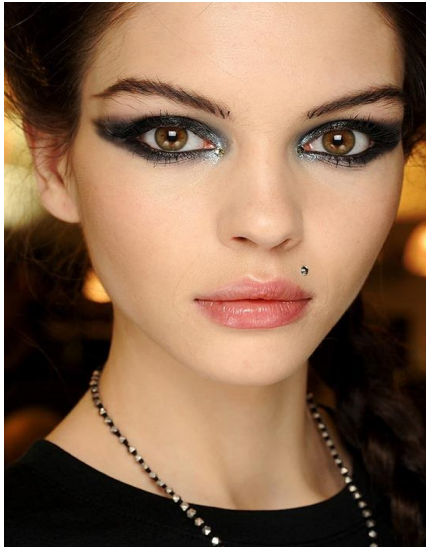


207) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/11398/dior-haute-couture-aw-2012-beauty/>>, 검색일 2013.10.5.

208) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003_spring_couture-dior-3-2/>, 검색일 2013.10.5.

209) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/16268/olga-sherer-at-jean-paul-gaultier-couture-ss-2010/>>, 검색일 2013.10.5.

210) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/12460/jean-paul-gaultier-fall-2012-couture/jean-paul-gaultier-fall-2012-couture-lindsey-wixson/>>, 검색일 2013.10.5.



<그림43> Jean Paul Gaultier Spring 2013 ²¹¹⁾ <그림44> Jean Paul Gaultier 2013 (2) ²¹²⁾



<그림45> Rodarte Fall 2010 ²¹³⁾

<그림46> Christian Dior Fall 2003 (2) ²¹⁴⁾

211) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/14941/jean-paul-gaultier-spring-2013-couture-dark-makeup/jean-paul-gaultier-spring-2013-couture-backstag-bauty-and-makeup-1/>>, 검색일 2013.10.5.

212) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/12958/jean-paul-gaultier-2013-rtw-beauty-backstage/jean-paul-gaultier-2013-rtw-backstage-beauty-4a-boy-george/>>, 검색일 2013.10.5.

213) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/1616/rodarte-fall-2010-beauty/rodarte-beauty-fall-2010/>>, 검색일 2013.10.5.

214) <http://www.eyeshadowlipstick.com/4395/christian-dior-makeup-retrospective/2003_fall-couture-dior-14-2/>, 검색일 2013.10.5.



<그림47> Jean Paul Gaultier 2013 (3) ²¹⁵⁾



<그림48> John Galliano Spring 2004 ²¹⁶⁾



<그림49> Vivienne Westwood S/S 2014 ²¹⁷⁾



<그림50> Viktor & Rolf F/W 2011 ²¹⁸⁾

215) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/12958/jean-paul-gaultier-2013-rtw-beauty-backstage/jean-paul-gaultier-2013-rtw-backstage-beauty-2-david-bowie/>>, 검색일 2013.10.5.

216) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/15995/john-galliano-spring-2004-beauty/>>, 검색일 2013.10.5.

217) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/18218/beauty-vivienne-westwood-red-label-spring-summer-2014/vivienne-westwood-red-label-spring-summer-2014-beauty-7/>>, 검색일 2013.10.5.

218) <<http://www.eyeshadowlipstick.com/5265/viktor-rolf-red/>>, 검색일 2013.10.5.

IV. 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소

최근 대중스타들의 패션에서 키치적 특성을 쉽게 접할 수 있게 된 것은 전위적이고 개성적인 키치를 미적 범주로 받아들이기에 역부족이었던 과거의 시대적 분위기와 달리, 현대에서는 키치가 미적 범주의 하나로 받아들여지고 있으며, 이는 단순히 미적 범주로 여겨지는 것을 넘어 긍정적 반응을 불러일으키며 현시대 유행의 중심에 있음을 보여주는 것이다.

앞서 대중스타가 대중들의 가치관이나 행위에 미치는 영향력을 살펴본 바와 같이, 대중스타의 메이크업은 그 시대의 메이크업 특징과 경향을 파악하기 위한 올바른 대상이라 사료된 바, 키치와 관련된 선행논문과 관련서적의 다음과 같은 다양한 유형 분류를 참고하여 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소를 실증적, 객관적으로 분석하는데 유용하다고 판단되는 사진자료들과 함께 연구하였다. 남지아(2009)²¹⁹는 키치의 유형을 향수적, 과시적, 이탈적, 유희적, 관능적으로 나누었고, 양미정(2001)²²⁰는 키치적 요소를 과거에 대한 향수, 자기만족·과시, 과잉/과장 정보 상투적 쾌적함, 유희적 만족, 상징적 및 현실도피 등의 측면에서 연구하였다. 또한 장지인(2006)²²¹은 키치의 경향 및 사례로 향수: 과거에 대한 그리움, 모방: 대리만족·과시: 티내기, 현실풍자 및 놀이: 이탈의 유치와 변종, 성적유희 및 언어유희를 제시하였으며, 오창섭(2012)²²²은 키치 소비에 내재한 심리에 대해 향수, 과시, 대리만족, 놀이, 성 풍자, 소속확인 등으로 분류하였다. 이와 같은 유형분류를 토대로 하여 본 연구에서는 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소에 대해 과잉장식성, 관능성, 놀이성, 과시성, 대리만족성, 복고성으로 분류하여 연구하였다.

219) 남지아 (2009). 전게서, pp.14-31.

220) 양미정 (2001). 전게서, pp.21-39.

221) 장지인 (2006). 전게서, pp.30-43.

222) 오창섭 (2012). 전게서, pp.197-264.

1. 과잉장식성

소비문화시장은 시대에 따른 소비자의 기호가 전적으로 반영된 다양한 양식의 수많은 잡동사니들로 가득하다. 20세기는 대량생산체제로 변환되며 시장이 팽창하는 시점에 맞추어 소비문화가 발달하였기 때문에 기능주의에 치우쳐 단순화된 양식이 주를 이뤘고,²²³⁾ ‘더 많이’라는 인간의 본능적 욕구는 소비자의 생활방식 속에 억제된 잠재의식으로 남을 수밖에 없었다. 하지만 자본주의와 소비문화가 심화된 현대사회 속에서 발생한, 획일적이고 단순한 것을 거부하는 대중문화의 특성은 키치적 태도와 결합하여 과도한 장식과 과잉적 이미지를 만들어내게 된다.²²⁴⁾

키치는 후기자본주의 사회에서 사회적 지위상승이나 자신을 표현하기 위한 사물들의 수집열로 주로 나타났다.²²⁵⁾ 이러한 수집열은 현대사회에서 순간적으로 모든 것을 수집하여 인간의 욕망을 채우는 소비욕구 형태로 나타나며, 빈틈없이 강압적으로 채워진 과잉장식 상태는 하찮은 것들에 대한 과장된 예찬을 초래하기도 한다.²²⁶⁾ 과도한 장식은 키치가 키치다울 수 있는 고유의 이미지를 가장 효율적으로 나타낼 수 있는 표현수단이고, 이는 일반적인 미의식으로부터 키치적 미의식을 구분 할 수 있게 만드는 중요한 요소²²⁷⁾라 할 수 있다.

과잉장식성은 키치의 ‘굽어모으다, 아무렇게나 주워 모으다’²²⁸⁾라는 특성과 ‘편안하게 살자’라는 사고방식을 반영하듯 소비재를 꼼꼼히 생각해 선택하기 보다는 마구잡이식으로 선택하는 경향이 있으며, 키치의 누적·축적성, 부적

223) 이연주 (2008). 「키치의 미적 특성을 응용한 패션스타일링 연구」, 이화여자대학교 석사학위논문, p. 28-29.

224) 김경옥 (1998). 전계서, p.15.

225) 박길순, 이수인 (2000). 전계서, p.376.

226) 박경화 (2003). 전계서, pp.55-56.

227) 김도영 (2001). 전계서, p.55.

228) Moles, Abraham (1972). 전계서, p.9.

합성, 공감각성, 기능장애성 등의 성격을 잘 반영하고 있다. 즉, 하나하나 따로 모아진 사물들이 보다 더 많은 것을 요구하는 내적 충동으로 누적, 축적된 결과이고, 서로 관련 없는 것들의 결합으로 발생한 통합되지 않은 상태의 부적절한 형태적 혼합이며, 동시에 여러 감각을 자극하여 환상적인 경험을 유도하는 공감각적인 것이다. 그리고 사물의 기능보다 장식을 중시하는 키치의 장식제일주의 경향은 사물 본래적 기능 자체를 말살하기도 하는데, 그것은 곧 남는 것, 풍요를 향한 인간의 열망을 반영²²⁹⁾한 것이며 키치의 특성 중 기능장애의 원인기도 하다. 그러므로 이러한 키치적 특성들을 가진 과잉장식에 대한 이해와 해석은 직관이 아닌 감각, 경험, 연상, 판단 등의 사유작용을 통해 이루어져야 할 것이다.

<그림51>은 아이메이크업과 액세서리, 네일아트, 패션 등이 모두 과도하게 화려한 양상을 띠고 있다. 눈과 눈썹사이를 완전히 채운 피부색과 대비를 이루는 파스텔 블루 아이섀도우와 그 사이에 연출된 다양한 색상의 문양들이 과잉적 패션요소들과 어우러져 과잉장식적 이미지를 나타낸다.

<그림52>는 ‘Hurricane Venus’라는 콘셉트에 맞춘 강렬하면서도 화려한 메이크업으로, 어둡게 연출한 눈매 위에 그려진 하얀색의 기하학적 무늬가 시선을 사로잡는다. B&W의 색채 대비와 문양을 눈 전체에 표현한 아이메이크업이 머리의 화려한 꽃 장식과 금색의 의상 등과 어우러져 현란한 이미지를 연출하고 있다.

<그림53>은 키치적 색상으로 과잉적 이미지를 표현한 경우이다. 강렬한 주황빛 원색의 두꺼운 눈썹과 노란빛 원색의 아이섀도우, 보랏빛 원색의 아이라인 등 색채 과부하적 느낌을 주는 메이크업이 독특한 패션과 헤어스타일 등과 함께 키치 분위기를 나타내고 있다.

<그림54>는 독특한 아이메이크업으로 키치적 느낌을 주었다. 강렬한 퍼플 스모키메이크업과 긴 보라색 속눈썹, 그리고 그 위에 찍힌 형광 주황색 도

229) Baudrillard, Jean, 이상률(역) (1991). 『소비의 사회』, 서울: 문예출판사, p.129.

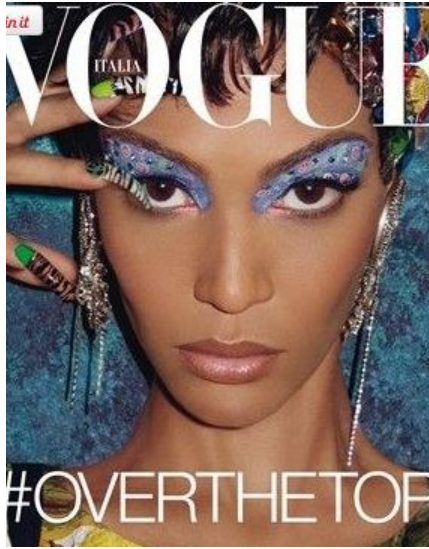
트(dot) 무늬가 깊고 화려한 눈매를 연출한다. 밝은 톤의 헝클어진 머리와 자연스러운 아이브로우는 진한 아이메이크업으로 시선을 집중시켜, 메이크업이 전체 이미지를 주도하는 키치적 이미지를 완성했다.

<그림55>는 키치메이크업의 향수성에 속하는 이국적 키치의 특성을 나타내고 있다. 뷰티메이크업에 일반적으로 사용되지 않는 색을 이용하여 색채적 부담감을 통한 과잉적 이미지를 형성했다. 주로 난색 계열의 이국적 장식들 사이에 표현된 한색 계열의 립메이크업이 촌스럽지만 예술적이고 키치적인 분위기를 더해준다.

<그림56>은 헤어, 패션, 액세서리, 메이크업 등 이미지를 구성하고 있는 모든 것이 키치적 특징을 갖고 있다. 이미지 전체가 ‘꽃’을 모티브로 표현되고 있으며, 메이크업 역시 고명도 고채도의 키치적 색채를 사용하여 꽃을 연상시키는 디자인으로 표현되었다. 과도하게 부여된 장식과 색채가 키치의 과잉장식성을 여실히 드러내며 발랄하고 개성 넘치는 분위기를 연출한다.

<그림57>은 과장된 크기와 형태의 과도한 속눈썹으로 키치적 이미지를 훌륭히 소화하고 있다. 알록달록한 원색의 헤어 롤과 네일 컬러가 키치적 분위기를 한껏 고조시키고 있으며, 양팔과 손에 과하게 장식된 초고가의 팔찌와 반지가 과잉장식의 특징을 한껏 드러낸다. 레이스 모양의 속눈썹을 이용한 메이크업이 과잉적 이미지의 정점을 찍는 훌륭한 오브제로 작용했다.

<그림58>은 무작위로 부과된 연관성 없는 요소들의 부조화 속에 의도적으로 연출된 패션이 눈길을 끈다. 눈 앞쪽에 아이 홀을 강조한 강렬한 아이메이크업과 핫핑크의 립메이크업이 고명도의 헤어컬러와 대비를 이루는 시각적 초점이 되고 있으며, 키치적 패션과 함께 산만하고 현란한 느낌을 강조해 준다.



<그림51> 과잉장식 키치메이크업 (1) 230)



<그림52> 과잉장식 키치메이크업 (2) 231)



<그림53> 과잉장식 키치메이크업 (3) 232)



<그림54> 과잉장식 키치메이크업 (4) 233)

- 230) Naomi Campbell (1970~, 영국, 전 모델), 『
 231) 보아(BoA) (1986~, 한국, 가수), <Hurricane Venus>, The 6th Album Jacket, 2010.
 232) Hirschy Hirschfelder (1994~, 오스트레일리아, 모델), 『Bullett Magazine: Wild Issue』, <<http://www.styleite.com/media/pink-hair-retro-jewelry-bullett-magazine/#2>>, 검색일 2013.1.14
 233) 가인 (1987~, 한국, 가수), 『Beauty+(11)』, 더북컴퍼니, Cover, 2012.



<그림55> 과잉장식 키치메이크업 (5) 234)



<그림56> 과잉장식 키치메이크업 (6) 235)



<그림57> 과잉장식 키치메이크업 (7) 236)



<그림58> 과잉장식 키치메이크업 (8) 237)

234) Kate Moss (1974~, 영국, 모델), 『Vogue: Africa(8월호)』, CondeNet, Cover, 2010.
 235) 태연 (1989~, 한국, 가수/뮤지컬배우), In 태티서(TTS), <Twinkle>, Mini Album Jacket, 2012.
 236) 서인영 (1984~, 한국, 가수), <Elly Is Cinderella>, Mini Album Jacket, 2008.
 237) 이효리 (1979~, 한국, 가수), <H-Logic>, The 4th Album Jacket, 2010.

이처럼 키치의 과잉장식성은 온갖 장식적인 기술들의 과감한 결합은 품위와 통일감이 상실된 저속하고 산만한 느낌의 이미지를 연출한다. 장식에 사용되는 키치적 오브제는 대개 접근성이 용이한 저가품이며, 이런 저속하고 유지한 장식물들이 무작위로 부과되어 형성된 무질서한 누적은 현란하고 과장된 이미지를 연출해 시각적 집중현상을 일으킨다.

2. 관능성

인간은 일상의 도덕적 테두리를 벗어난 어떤 본능적 불순함을 꿈꾼다. “사람들은 자신의 본능적 충동을 충족시키려 하지만 이성은 이를 억압한다”²³⁸⁾는 엘리자베스 라이트(Elizabeth Wright, 1937~2011)의 주장과 같이 성적 욕망은 인간의 내면에 잠재되어있는 본능으로, 의식적이든 무의식적이든 어떠한 방법으로라도 표출된다. 이러한 성적 본능은 자신이 살아있음을 느끼게 하는 자아실현의 원동력이 되어 더 높은 발전을 이루기 위한 의지를 과생시키며 더욱 완전하게 표출된다.²³⁹⁾

키치의 관능성은 쾌락주의로부터 시작되는 즐거움을 통해 유희적 만족을 추구하려는 인간의 태도이다.²⁴⁰⁾ 성적 질투, 사회적 선망, 경쟁심과 허영심 등에서 비롯되며, 자기도취적 성향으로 스스로를 꾸미는 것²⁴¹⁾에서 출발한다. 대중문화 안에서 쾌락의 추구는 주로 관능적, 에로틱한 형태로 나타나며, 대중은 이것을 소비함으로써 본능적 욕구를 해소하게 된다.²⁴²⁾ 다시 말해, 키치가 관능적 형태로 표출되는 것은 무의식속에 자리 잡은 성을 자극함으로써 유희적 경험과 성적 욕구의 충족을 가능하게 하는 것이며, 성적

238) Wright, Elizabeth, 권택영(역) (1993). 『정신분석비평』, 서울: 문예출판, p.19.

239) Lacan, Jacques, 민승기/이미션/권택영(역) (1995). 『욕망이론』, 서울: 문예출판사, p.81.

240) 이연주 (2008). 전개서, p.31.

241) 박경화 (2003). 전개서, p.79.

242) 박성봉 (1995). 『대중예술의 이론들』, 서울: 도서출판 동연, pp.335-339.

쾌락성과 현실에 대한 은폐와 왜곡, 은유적 암시 등을 전달하는 것²⁴³⁾이다.

관능적 키치는 우리의 생활 속에서 선정적 순결성의 형태로 자주 표현된다. 순수한 사랑을 주장하면서 다른 한편으로는 에로틱한 감정을 강화시키는, 즉 감미로움과 선정성이 함께 나타나는 것이다. 이 상황에서 키치는 “도덕을 확인” 하면서 다른 한편으로는 “정욕을 부추기는” 두 가지 욕구와 기대를 충족²⁴⁴⁾시킨다.

인간의 본질 중 하나라고 할 수 있는 성에 대한 이미지는 오늘날 소비의 방향을 결정짓는 중요한 요소이기도 하다.²⁴⁵⁾ 성을 가시화한 키치적 이미지는 나름의 판단력을 가지고 제품과 광고를 소비하는 대중들의 구매 심리를 충동해 소비를 촉진시키는 중요한 추진력으로서 상업적으로 이용²⁴⁶⁾되곤 한다. 성적 자극을 매개로 한 교환은 소비영역에서 일반적인 현상에 가까우며, 교환의 매개로 성이 기능한다는 것은 사회적 의미와 가치를 지니는 기호로 키치적 관능성이 존재한다는 것을 의미²⁴⁷⁾한다.

키치를 통해 표현되는 성은 대부분 심각하거나 무겁기보다는 가볍고 유희적인 모습으로 나타나며, 상품화된 성의 이미지는 TV, 영화, 신문, 인터넷 등 다양한 매체를 타고 유통되면서 실제보다 희화화되거나 더욱 성적인 모습으로 왜곡, 과장되어 존재한다.²⁴⁸⁾

패션에서 키치적 관능성은 주로 인체의 성적부위와 연관되어 표출된다. 즉, 가슴, 엉덩이, 등, 다리 등의 인체의 특정부위를 의도적, 노골적으로 강조하거나 노출시킴으로써 키치적 관능성을 의도하는 것이다. 메이크업에서는 인체의 특정부위를 노출함으로써 얻는 육감적 관능효과를 기대할 수는 없지만, 패션과의 콜라보레이션(Collaboration)을 통해 의도하는 연출을 극대화

243) 김도영 (2001). 전계서, pp.68-69.

244) Thullier, Gabriele, 황종민(역) (2007). 『어떻게 이해할까? 키치』, 서울: 미술문화, p.124.

245) 광대영 (2005). 전계서, p.151.

246) 김선아 (2007). 전계서, p.1498.

247) Baudrillard, Jean (1991). 전계서, p.198.

248) 오창섭 (2012). 전계서, pp.238-243.

시킬 수 있다.

<그림59>는 속눈썹을 풍성하게 사용한 강렬한 눈매를 연출하여 섹시함을 강조했다. 옅은 금빛의 헤어와 아이브로우, 절제된 립 컬러 등과 대비되는 강렬한 퍼플 스모키 아이메이크업이 여성적 선정성을 드러낸다.

<그림60>은 주로 청순한 이미지를 연출하는 엠마 왓슨(Emma Watson)의 선정적 이미지 화보로, 어두운 눈매와 빨간 입술을 강조한 관능적 메이크업을 통해 성숙한 느낌을 물씬 풍기고 있다.

<그림61>은 브라운 톤으로 살짝 올라가게 연출한 눈매와 저명도 레드컬러로 강조된 립메이크업이 제복스타일의 패션과 어우러져 강렬한 성적 매력을 발산하고 있다.

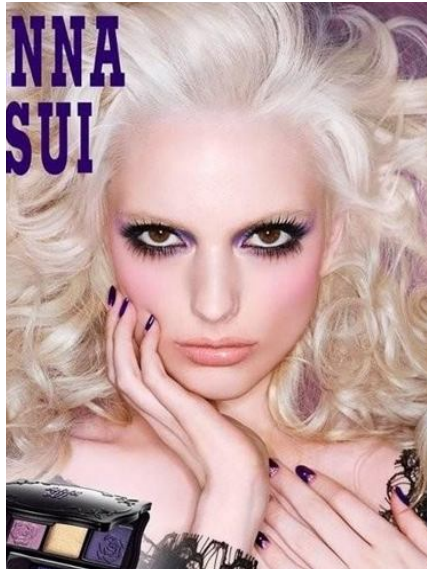
<그림62>는 비비드한 헤어컬러와 자주색 립메이크업이 에로틱하고 몽롱한 색채경험과 함께 퇴폐적이고 선정적인 느낌으로 성적 본능을 자극한다.

<그림63>은 아이브로우와 아이라인 등 일절의 아이메이크업을 최소화한 채, 매트한 질감의 립메이크업만을 두드러지게 강조하고 있다. 절제된 헤어스타일과 의상과 과잉장식 된 액세서리가 여성스러움이 아닌 도회적 관능미를 연출한다.

<그림64>는 빨간색을 주 색채로 한 키치적 의상과 머리장식, 메이크업이 도발적 관능미로 다가온다. 또렷한 눈매와 함께 연출된 강렬한 레드립은 현대 여성의 당당한 섹시함을 드러낸다.

<그림65>는 언더라인까지 길고 짙게 표현된 아이메이크업이 약간은 공격적인 관능성을 연출하며 강렬한 여성미를 나타내고 있다.

<그림66>은 은은한 브라운 아이새도를 바탕으로 길고 또렷하게 표현된 아이라인이 전체 메이크업에 포인트가 되며 이성을 유혹하는 관능적 이미지를 연출한다.



<그림59> 관능적 키치메이크업 (1) 249)



<그림60> 관능적 키치메이크업 (2) 250)



<그림61> 관능적 키치메이크업 (3) 251)



<그림62> 관능적 키치메이크업 (4) 252)

249) Chrystal Copland (1989~, 오스트레일리아, 모델), “Anna Sui F/W 2012”, <<http://nabaram5x.blog.me/30160728714>>, 검색일 2013.11.21.

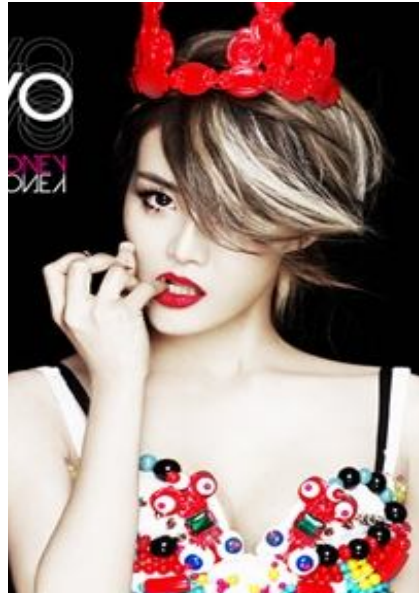
250) Emma Watson (1990~, 프랑스, 영화배우), <http://www.chinadaily.com.cn/showbiz/2009-06/08/content_8260829.htm>, 검색일 2013.11.19.

251) 보라 (1990~, 한국, 가수), In 씨스타19(SISTAR19), <AILONE>, Mini Album Jacket, 2012.

252) 현아 (1992~, 한국, 가수), In 트러블메이커(Trouble Maker), <Chemistry>, ‘내일은 없어’ M/V, 2013.



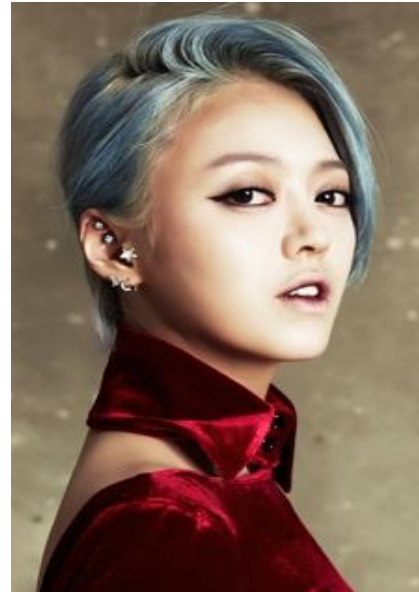
<그림63> 관능적 키치메이크업 (5) 253)



<그림64> 관능적 키치메이크업 (6) 254)



<그림65> 관능적 키치메이크업 (7) 255)



<그림66> 관능적 키치메이크업 (8) 256)

- 253) Daria Werbowy (1983~, 캐나다, 모델), 『Vogue; Paris(3월호)』, CondeNet, Cover, 2009.
 254) 미료 (1987, 한국, 가수), In 브라운 아이드 걸스(Brown Eyed Girls), <MIRYO aka JOHONEY>, Solo Mini Album Jacket, 2012.
 255) Nathalie Portman (1981~, 이스라엘, 영화배우), 『V MAGAZINE(62월호)』, 유펜에이, Cover, 2009.
 256) 김보아 (1987~, 한국, 가수), In 스피카(SPICA), <LONELY>, Mini 2nd Album Jacket, 2012.

이처럼 키치의 관능적 메이크업은 주로 어두운 계열로 강조된 그윽한 아이 메이크업과 붉은 계열의 강렬한 립메이크업으로 표현되는데, 눈이나 입술 중 한 부분만을 강조할 수도 있고, 또는 둘 다 강조하여 키치적 관능미를 표현하기도 한다.

3. 놀이성

오늘날 정치적 불안과 경제 공황 등 어둡고 무거운 현실에 대한 반동으로 문화예술의 거의 모든 분야에서 ‘진지함’ 대신 ‘가벼움’을 추구하고, 놀람과 웃음을 유발하는 경향이 두드러지고 있다.²⁵⁷⁾ 생활 속에서 아무 즐거움도 발견할 수 없게 될 경우 우리는 언제든지 세계로부터 이탈하여 자신을 자극하는 단순한 즐거움으로 이동하려는 욕구를 느낀다.²⁵⁸⁾ 이는 현대인들이 일상의 단조로움과 권태를 벗어나 어떤 휴식과 유희적 즐거움을 갖으려는 욕구²⁵⁹⁾와 같은 맥락이며, 상업적 오락의 전 영역은 이 욕구를 반영하며 대중들의 심리적인 이완²⁶⁰⁾을 유도한다.

놀이성은 재미와 기분전환을 목적으로 하며, 유아적인 순수한 이미지에서 키치현상을 만끽하려는 키치적 태도²⁶¹⁾이다. 키치적 놀이성의 바탕에는 현실의 압박 앞에서 퇴행하여 현실에 대한 피난처로 유토피아를 꿈꾸는 현실도피적 성향²⁶²⁾이 존재한다. 현실에서의 도피현상은 진지하고 심각한 삶의 무게로부터 벗어나는 것을 의미하며, 이러한 도피는 즐거운 것이자 계속적으로 삶을 영위할 수 있는 힘의 원천이 된다.²⁶³⁾ 칼리니스쿠는 키치를 일반

257) 김영미 (2011). 전계서, p.29.

258) 김경옥 (1998). 전계서, p.22.

259) 허윤경 (1999). 전계서, p.282.

260) 미술비평연구회 (1994). 『문화변동과 미술비평대응』, 서울: 시각과 언어, p.310.

261) 박경화 (2003). 전계서, p.94.

262) 양미정 (2001). 전계서, p.39.

263) 광대영 (2005). 전계서, p.155.

적으로 ‘근대의 일상적 삶의 단조로움에서 벗어나기 위한 쾌의 문제’로 보았으며, 쾌는 철두철미한 오락적인 것이며 부적절한 맥락에서 나오는 것으로 최소의 노력으로 최대의 흥분을 만끽하는 노력 없는 향유라 하였다.²⁶⁴⁾ 놀이는 되돌아간다는 것이 전제된 벗어남이고 지루한 삶에 간간이 존재하는 썬표와도 같은 것으로, 이를 통해 사람들은 일상에서 벗어난 유희적 쾌락과 함께 자유의 감정을 느끼는 것이다.²⁶⁵⁾ 또한 놀이는 서로 대조적인 이중적 마음, ‘일상에서 끊임없이 우리를 위협하는 불확실, 초조, 죽음, 실연, 전쟁, 좌절감, 박탈감, 압박감 등에서 질서와 안정의 세계로 도피하려는 욕구’와 ‘현대사회의 규격화되고, 단조롭고, 안일한 삶의 권태와 무의미함에서 벗어나 흥미 있고 가열된 체험의 세계로 도피하려는 욕구’²⁶⁶⁾의 절충적 표현이라 할 수 있다. 즉, 키치적 놀이성의 표현은 두 가지 서로 반대되는 욕구, 관습적인 것, 선한 것을 유지하려는 욕구와 관습과 윤리가 요구하는 제약으로부터 풀려나고자 하는 욕구 사이에 완충지대²⁶⁷⁾가 현실적으로 가시화 된 것이다.

놀이 키치는 ‘세속화 된 동화의 세계’²⁶⁸⁾이자 재미와 흥분으로 다채롭게 구색을 갖춘 ‘아름다운 가상’으로 환상적이고 공상적인 성질²⁶⁹⁾을 가진다. 진지하지 않은 형태를 통해 긴장, 쾌락, 기쁨 등의 즐거움을 제공하고²⁷⁰⁾, 건조할 수 있는 사물과 인간 사이를 해학적 표현을 통해 유도된 웃음으로 축축하게 적신다.²⁷¹⁾ J. G. 카웰티(J. G. Cawelti, 1929~)에 의하면 재미를 창조해내기 위해서는 어떤 특정 시기의 어떤 특정 문화에 밀접하게 관련된

264) Calinescu, Matei (1993). 전계서, p.287.

265) 정홍숙, 김은하 (2002). 전계서, p.6.

266) Cawelti, J. G. (1995). 「도식성과 현실도피의 문화」, 박성봉(편역), 『대중예술의 이론들』, 서울: 동연, p.88.

267) 박성봉 (1996). 『대중예술의 미학』, 서울: 동연, p.294.

268) Cawelti, J. G. (1995). 전계서, p.88.

269) 김소연 (1994). 전계서, p.43.

270) Killy, Walther (1978). 『Deutscher kitsch: Ein Versuch mit beispielen』, Gottingen: Vandenhoeck & Ruprecht, p.24.

271) 오창섭 (2012). 전계서, p.236.

이미지, 주제, 상징 등을 구체화하는 일이 필요하다.²⁷²⁾ 이렇게 구체화된 이미지는 왜곡되고 변형되면서 일상생활에서 나타나는 무의미와 무료함을 벗어나 환상적 유희를 경험²⁷³⁾하게 한다.

<그림67>은 옐로우아이새도와 음표모양의 속눈썹이 보는 이에게 발랄함과 장난스러운 감정을 준다. 옐은 분홍색으로 표현된 입술 위에 연출된 장난감 립스틱 소품이 재미와 함께 함께 키치의 놀이적 효과를 더해주고 있다.

<그림68> 눈의 형태를 무시하는 과도한 문양을 그려 넣어 눈을 감아도 눈을 뜨고 있는 듯 착시효과를 준다. 눈꺼풀위에 그려진 눈과 핫 핑크 입술의 메이크업이 키치적 소재와 패션스타일들과 함께 만화와 같은 유치함과 재미를 연출하고 있다.

<그림69>는 자연스럽게 본인의 개성을 살리는 요즘 메이크업 경향 달리 항상 인위적이고 정교한 인형메이크업과 독특한 패션을 선보이는 케이티 페리(Katy Perry, 1984~)의 사진이다. 장난감병정과 윈더우먼의 의상을 합친 것 같은 패션과 마네킹 같은 얼굴이 익숙한 특정이미지를 연상시키며 웃음을 준다.

<그림70>은 고양이 캐릭터를 모토로 연출된 메이크업으로 붉은 뺨과 노란코, 핑크빛 입술, 그리고 양 볼에 연출된 귀여운 고양이 수염이 이미 잘 알려진 캐릭터의 이미지와 겹쳐지면서 유쾌함과 흥미를 유발한다.

<그림71>은 키치적 색채의 다량 사용과 장난스러운 문양의 연출, 키치적 소품들이 유년시절의 경계음, 흥분, 귀여움 등의 감정을 불러일으키며 신나고 활기찬 느낌으로 키치의 놀이성을 표현하고 있다.

<그림72>는 착시를 일으킬 정도로 화려한 의상과 독특한 헤어스타일, 액세서리, 네일아트 등과 연관성 있는 키치메이크업을 연출하고 있다. 헤어스타일을 연상시키는 모양의 분홍빛 원색 아이브로우와 의상의 체크무늬를 연

272) Cawelti, J. G. (1995). 전게서, p.103.

273) 김도영 (2001). 전게서, p.55.

상시키는 모양의 아이메이크업이 기타 패션요소들과 함께 키치적 느낌을 극대화하고 있다.

<그림73>은 단순한 ‘선’의 표현을 통해 키치메이크업의 놀이성을 연출한 경우로 홀과 아래 속눈썹을 선으로 표현하여 고양이 같은 눈매를 연출함으로써 장난스러운 이미지를 나타내고 있다.

<그림74>는 립스틱을 아무렇게나 얼굴에 문질러 놓은 듯 메이크업을 연출함으로써 귀찮음에서 벗어난, 상투적 쾌적함을 추구하는 키치의 놀이적 특성이 나타난다.



<그림67> 놀이적 키치메이크업 (1) 274



<그림68> 놀이적 키치메이크업 (2) 275

274) 이하이 (1996~, 한국, 가수), <It's Over>, The 1st Album Jacket, 2013.

275) Lady Gaga (1986~, 미국, 가수), <<http://tubetint.blog.me/20096556135>>, 검색일 2013.10.13.



<그림69> 놀이적 키치메이크업 (3) 276



<그림70> 놀이적 키치메이크업 (4) 277



<그림71> 놀이적 키치메이크업 (5) 278



<그림72> 놀이적 키치메이크업 (6) 279

276) Katy Perry (1984~, 미국, 가수), <http://blog.naver.com/yujin_323/70130836794>, 검색일 2013.10.13.

277) 스즈키 아야 (1982~, 일본, 모델), <<http://tokyofashion.com/mig-made-in-girl-free-japanese-magazine/>>, 검색일 2013.10.13.

278) 가인, 『세씨; CECI(6월호)』, 중앙m&b, 화보, 2012, <<http://mnbmagazine.joins.com/magazine/article/enevent.asp?magazine=201>>, 검색일 2012.10.19.

279) Hirschy Hirschfelder, 『Bullett Magazine: Wild Issue』, <<http://www.styleite.com/media/pink-hair-retro-jewelry-bullett-magazine/#3>>, 검색일 2013.1.14



<그림73> 놀이적 키치메이크업 (7) 280)



<그림74> 놀이적 키치메이크업 (8)281)

이처럼 키치의 놀이성은 주로 특정한 형식에 얽매이지 않는 흥미위주의 디자인으로 표현되며, 재미있고 기발한 아이디어로 ‘평범함을 거부할 수 있는 대범함, 장난스러움’을 나타낸다.²⁸²⁾

4. 과시성

인간은 타자의 시선들이 교차하는 공간에서 보여 지며 살아가는 존재로, 현대문명 속에서 이러한 시선으로부터 자유롭게 산다는 것은 현실적으로 불가능하다고 할 수 있다.²⁸³⁾ 세계의 정보가 실시간으로 교류되는 첨단매체시대를 살아가는 현대인들은 끊임없는 일상의 확인과정을 통해 과시의 대상이

280) 이효리, <<http://blog.naver.com/7777yy?Redirect=Log&logNo=60159824740>>, 검색일 2013.10.13.

281) Iselin Steiro (1985~, 노르웨이, 모델), 『CondeNet, Cover, 2010.』

282) 권혁미 (1987). 「20 Mode | 조형성 표현에 관한 연구」, 성균관대학교 석사학위논문, pp.46-49.

283) 양미정 (2001). 전계서, p.60.

라는 지위를 잃지 않으려고 노력하고 있으며, 오늘날 매스미디어나 소셜미디어와 같은 다양한 매체는 그 지위를 확인하고 유지하는 중요한 역할을 한다.

키치는 대중의 소외감과 신분상승의 욕구를 충족하기 위한 과시적 소비행위를 통해 발달했으며,²⁸⁴⁾ 이는 대리만족 심리가 자극되고 과시적 소비가 일반화되는 곳에 키치가 존재하는 이유가 된다.

과시라는 감정은 3가지 조건의 충족을 통해 일어난다. 나 이외의 존재들이 있어야 하고, 그들이 선망하는 대상이 있어야 하며, 그것을 내가 소유하고 있어야 한다. 나의 시선으로 대상을 바라볼 때가 아닌, 나 이외의 존재들의 시선을 경유하여 대상을 바라볼 때 그들이 선망하는 것을 인식하며 과시적 감정이 발생하는 것이다.²⁸⁵⁾ 바꿔 말하면, 타자의 시선이 아니라 타자에게 보여 지는 것을 의식하는 시선, 누군가 자신을 보고 있다는 인식이 보여줌이라는 적극적인 행동으로 이어짐으로써 타자의 시선 앞에 선 주체들이 그 시선들에게 무엇인가를 과시하려고 할 때, 키치적 과시성은 여기에서 등장한다.

남에게 인정받기를 원하는 과시적 욕망을 충족시키기 위해서는 우선 타인의 시선을 인식하고 그 시선이 기대하는 것이 무엇인가를 이해해야 한다.²⁸⁶⁾ 오늘날 사람들은 영화, TV 드라마, 광고 등을 접하면서 무엇이 과시할만한 것인지, 무엇이 그 영역에 포함되지 않는지, 그리고 어떠한 방식으로 과시하는 것인지를 학습하게 된다. 신분이 규정되어 있지 않은 현대사회에서는 사물을 통해 자신을 드러내는 경향이 두드러지게 나타나며,²⁸⁷⁾ 사물과의 관계로 형성된 이미지는 사회적 정체성을 구성하고 타인의 관심을 주목시킨다.²⁸⁸⁾ 사물과 관계된 이미지는 사물의 물리적 기능보다는 그것을 소유하지

284) 진중권 (2007). 전게서, p.241.

285) 오창섭 (2012). 전게서, pp.210-212.

286) 이은정 (2006). 전게서, p.67.

287) 김경옥 (1998). 전게서, p.80.

288) Moles, Abraham (1989). 「The comprehensive guarantee: A new consumer value」, In Victor

못한 이들의 부러움의 시선을 통해 존재가치를 획득한다. 부러움의 시선이 강렬하면 강렬할수록 그 대상의 가치는 높아지고, 그에 따라 사회에서 효과적인 과시의 수단으로 자리할 수 있게 되는 것²⁸⁹⁾이다.

스타들이 선보이는 키치의 과시적 이미지는 특정 콘셉트를 향한 연출일 수도 있고, 자신의 정체성이나 견해를 드러내는 모습, 또는 얼굴의 특정부위를 강조하는 메이크업으로 자신의 존재에 대한 자신감을 드러내는 과시적 표현일 수도 있지만, 여러 가지 실험적 이미지를 연출할 수 있는 것은 스타들만의 특권이라 할 수 있으며, 부러움의 시선을 기대하는 심리를 바탕으로 주로 자신감 넘치고 당당한 이미지들로 많이 나타난다.

<그림75>는 인형 같은 외모로 화제의 인물이 된 다코타 로즈의 사진이다. 세계 각국의 방송에 출연하며 인형 같은 메이크업의 비법을 선보이며 인기몰이를 하고 있다.

<그림76>은 스타의 공항패션의 기사 자료로, 스타들의 공항패션은 연일 화제를 모으고 있다. 스타들은 대중의 시선을 의식하여 꾸미지 않은 듯 자연스럽게 세련된 패션과 메이크업을 연출하고, 대중은 장시간 비행에도 불구하고 빛나는 스타의 외모를 부러워한다.

<그림77>은 제품 브랜드의 특징과 컬러를 대범하게 드러낸 메이크업화보이다. 스타의 얼굴에 사용된 제품과 그 이미지는 대중에게 미화되어 다가와 소비심리를 부추긴다.

<그림78>과 <그림79>는 레드카펫의 사진으로, 스타들은 레드카펫에 설 때 수많은 화려한 스타들 사이에서 자신을 더욱 돋보이게 하기 위해 포인트를 주는 메이크업 및 패션을 선보이고, 이는 트렌드가 되어 유행을 주도한다. <그림78>은 오렌지 팝컬러로 입술을 강조하고, <그림79>는 광범위한 아이섀도우로 그윽한 눈매를 강조했다.

Margolin(ed.), 『*Design discourse*』, Chicago: The University of Chicago Press, pp.86-87.
289) 양미정 (2001). 전개서, p.24.

<그림80>와 <그림81>은 앨범 콘셉트에 맞추어 이미지를 연출한 경우로, <그림80>은 ‘나쁜 기집애’라는 타이틀곡에 맞추어 강렬하고 도도한 이미지를 의도적으로 연출하고 있으며, <그림81>은 눈을 강조한 강렬한 블랙 스모키 메이크업으로 고급스럽고 섹시한 스타일을 연출하고 있다.

<그림82>는 섹시한 입술을 트레이드마크로 가지는 안젤리나 졸리의 화보이다. 이는 스타가 자신의 외모가 대중에게 매력적으로 어필되고 있음을 알고 있으며, 이를 가리거나 보완하려 하지 않고 더욱 강조하는 메이크업을 선보임으로써 자신의 외모를 과시하려는 심리가 내재되어 있음을 말해준다.



<그림75> 과시적 키치메이크업 (1) 290)



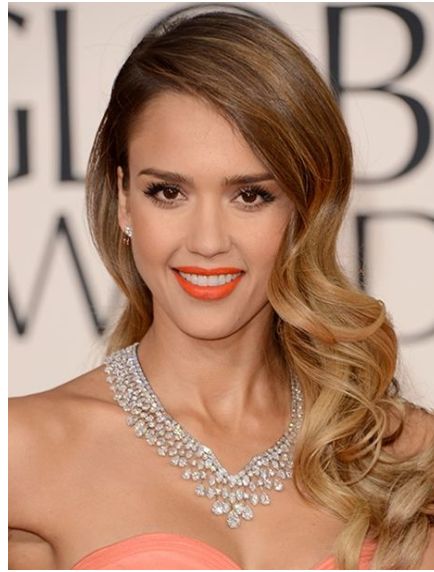
<그림76> 과시적 키치메이크업 (2) 291)

290) Dakota Rose (1995~, 미국, 화제인물), <<http://kotakoti.com/>>, 검색일 2013.12.04.

291) 수지 (1994~, 한국, 가수), <http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=03&c1=03&c2=03&c3=00&nkey=201212041157393&mode=sub_view>, 검색일 2013.10.13.



<그림77> 과시적 키치메이크업 (3) 292)



<그림78> 과시적 키치메이크업 (4) 293)



<그림79> 과시적 키치메이크업 (5) 294)



<그림80> 과시적 키치메이크업 (6) 295)

- 292) Diara Werbowy (1983~, 캐나다, 모델), 『 』 CondeNet, Cover, 2010.
 293) Jessica Alba (1981~, 미국, 영화배우), <<http://www.beautyrampp.com/jessica-alba-has-jumped-on-the-biggest-beauty-trend-of-the-moment.html>>, 검색일 2013.11.21.
 294) Jennifer Lopez (1969~, 미국, 가수), <<http://savagelyyours.com/beauty-beasts-the-70th-annual-golden-globes-2013-red-carpet-beauty-looks/>>, 검색일 2013.11.21.
 295) 씨엘(CL) (1991~, 한국, 가수), In 2ne1, <The BADDEST FEMALE>, Solo Album Jacket, 2013.



<그림81> 과시적 키치메이크업 (7) 296)



<그림82> 과시적 키치메이크업 (8) 297)

이미 수많은 사람들의 선망의 대상이 되어 높은 이미지 가치를 지닌 대중스타들의 경우, 사물과 관계된 이미지뿐만 아니라 의도된 모든 이미지가 효과적인 과시의 수단으로 작용하며 다양한 과시적 키치이미지의 연출을 가능하게 하고 있다. 이처럼 현대의 스타가 연출하는 이미지는 동경과 모방심리, 소비행위 등을 부추기면서 언제나 대중보다 높은 과시적 위치에 존재한다.

5. 대리만족성

부러움은 자신의 결핍이 확인되는 순간 발생하는 감정으로, 대리만족적 행위의 바탕에는 부러움이라는 심리가 내재한다. 키치의 과시성 역시 부러움과 관계하지만, 그 밑에 자리하는 심리의 흐름은 대리만족성과 크게 다르다. 과시성은 부러움을 기대하지만, 대리만족성은 그 부러움을 해소하려 하기

296) 구하라 (1991~, 한국, 가수/탤런트), In 카라(KARA), <STEP>, The 3rd Album Jacket, 2011.

297) Angelina Jolie (1975~, 미국, 영화배우/영화감독), <<http://alltimemakeup.blogspot.kr/2013/09/angelina-jolie-wallpapers-free-download.html>>, 검색일 2013.10.13.

때문²⁹⁸⁾이다.

자신의 결여를 드러내는 이미지 앞에서 느끼는 부러움은 본래 욕망의 대상이 아니었던 것도 욕망의 대상으로 만들어 버리는 성질²⁹⁹⁾이 있으며, 이런 부러움의 감정은 소유에 대한 욕망으로, 그 소유욕은 소비심리로 이어진다. 하지만 욕망의 대상 모두를 취할 수 있는 것은 아니다. 희망과 현실의 충족 사이에는 괴리가 존재하고, 삶에서 이 둘 사이의 긴장은 피할 수 없다. 여기서 긴장해소를 위한 대리물과 대리체험은 욕망이 나아갈 수 있는 하나의 탈출구³⁰⁰⁾가 된다.

인간은 ‘하고 싶은 want to’과 ‘해야 하는 should’사이의 일상적으로 계속되는 긴장으로부터 대리적 정서체험을 통해 욕구와 현실의 역설적 통합으로도피³⁰¹⁾하려는 경향이 있다. ‘하고 싶은’ 것과 ‘해야 하는’ 것 사이의 갈등은 욕망과 현실의 갈등으로, 현실이 어떤 욕망을 방해할 때 다른 수단을 통해 욕망을 해소하려는 움직임이 일상에서 찾는 것은 그리 어려운 일이 아니다.³⁰²⁾ 현재 자신의 압박과 설움과 불안에서 환상과 꿈, 자기보상, 대리만족 등 한마디로 현실을 짝 잊게 해주는 다채롭고 멋진 흥분의 세계로 도피를 추구하는 것은 이제 익숙한 관념이³⁰³⁾ 되어버린 것이다.

<그림83>, <그림84>와 같이 자신이 희망하는 이미지를 가진 스타의 스타일, 사용 물품, 행동, 말투 등을 모방함으로써 그 이미지에 다가갈 수 있을 거라는 환상을 가지거나³⁰⁴⁾, <그림85>와 같이 특정 이미지의 스타가 등장하는 광고 속 제품을 소비하면서 본인도 특정 이미지가 된 듯한 착각에 빠지는 것³⁰⁵⁾, <그림86>, <그림87>와 같이 내가 추구하는 이상적 모습을 영

298) 오창섭 (2012). 전계서, p.222.

299) Lacan, Jacques (1995). 전계서, p.35.

300) 오창섭 (2012). 전계서, pp.223-225.

301) 박성봉 (1996). 전계서, pp.309-310.

302) 양미정 (2001). 전계서, p.61.

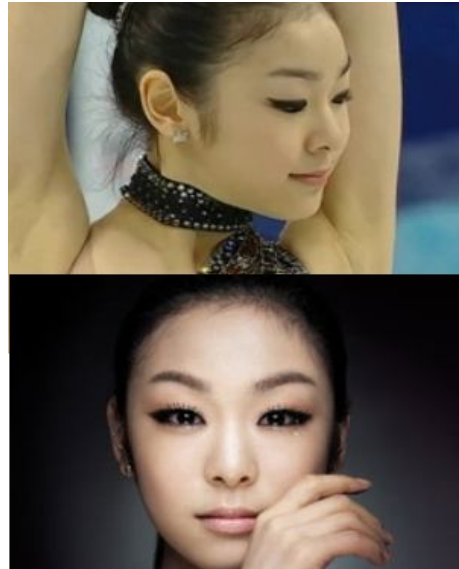
303) Sharratt, Bernard (1995). 「대중연극에서 대중적인 것의 정치학」, 박성봉(번역), 『대중예술의 이론들』, 서울: 동연, p.179.

304) Baudrillard, Jean (1999), 전계서, pp.275-276.

위하고 있는 스타를 바라보며 불만족스러운 일상생활에 지친 마음의 위안으로 삼는 것³⁰⁶), <그림88>와 같이 일반인으로서의 실천이 불가능해 보이는 스타일들을 실현하는 대중스타들의 다양한 모습에서 상상 속 이미지가 현실이 되는 짜릿함을 느끼는 것, <그림89>, <그림90>와 같이 현실에서 내보일 수 없었던 어떤 비밀스러운 정서나 취향 따위와 상응하는 성향을 가진 스타의 모습을 통해 억압되어 있던 감정을 분출하는 것 등은 모두 대중스타와 관련된 대리적 정서체험의 일환이며, 현실에 기반을 두지 않는 환상³⁰⁷을 통해 욕구를 해소하는 키치의 대리만족적 심리를 잘 반영하고 있다.



<그림83> 대리만족 키치메이크업 (1) ³⁰⁸



<그림84> 대리만족 키치메이크업 (2) ³⁰⁹

305) 서승미(1999), 전계서, p.5.

306) 박경화(2003), 전계서, p.55.

307) 김소연(1994), 전계서, p.43.

308) 송혜교 (1982~, 한국, 탤런트/영화배우), “그 겨울 바람이 분다 中”, <http://blog.naver.com/js_ryuu/120181388247>, 검색일 2013.10.13.

309) 김연아 (1990~, 한국, 스케이팅선수), “2010 SP Bond Girl & LACVERT 지면광고”, <<http://www.yunakim.com/> & <http://blog.naver.com/ryu01161/110051247499>>, 검색일 2013.11.21.



<그림85> 대리만족 키치메이크업 (3) 310)



<그림86> 대리만족 키치메이크업 (4) 311)



<그림87> 대리만족 키치메이크업 (5) 312)



<그림88> 대리만족 키치메이크업 (6) 313)

310) 고헌정 (1971~, 한국, 탤런트/미스코리아), “동서식품 맥심아라비카100 광고 中”, <<http://www.ad.co.kr/ad/tv/show.cjsp?ukey=307663>>, 검색일 2013.12.04.

311) 서효림 (1985~, 한국, 탤런트), “코스모폴리탄”, <<http://cosmopolitan.joins.com/article/RetArticleView.asp?strArtclCd=A000001151&strMCateCd=ADAA>>, 검색일 2013.10.13.

312) 구하라, <<http://kara.dspmedia.co.kr/>>, 검색일 2013.10.13.

313) Katy Perry, <http://blog.naver.com/yujin_323/70130836794>, 검색일 2013.10.13.



<그림89> 대리만족 키치메이크업 (7) 314 <그림90> 대리만족 키치메이크업 (8) 315

이처럼 가상과 환상을 통한 대리적 정서체험은 욕망과 결핍을 해소하는 가장 일반적 방법이다. 현실에서 불가능한 희망들을 대중스타의 모습에 투영하여 대리만족하는 것이다.

6. 복고성

사회 심리학자인 에리히 프롬(Erich Fromm, 1900~1980)은 ‘인간은 동물과 구별되는 새로운 속성을 지니고 출현했으니, 분리된 실재로서 그 자신을 인식하는 것, 과거를 기억하며, 미래를 예지하고 대상과 행위를 여러 가지 표상으로 나타낼 수 있는 능력 등이 그것’³¹⁶⁾이라고 주장한 바 있다. 그의 주장에서도 알 수 있듯이 인간은 자의식을 갖고, 과거를 기억하며, 미래를

314) Marilyn Manson (1969~, 미국, 가수/영화배우), <<http://marilynmanon.com/>>, 검색일 2013.12.04.

315) 나르샤 (1981~, 한국, 가수), In 브라운 아이드 걸스(Brown Eyed Girls), <맘마미아>, Solo repack age Album Jacket, 2010.

316) Fromm, Erich, 박갑성/최현철(역) (1991). 『자기를 찾는 인간: 윤리학의 정신분석학적 탐구』, 서울: 종로서적, p.41.

예지하는 존재이다. 특히 인간의 삶에 있어서 과거의 기억은 자기의 정체성을 확인³¹⁷⁾시키는 중요한 역할을 담당한다.

오늘날 사회가 다양화, 전문화, 산업화됨에 따라 오히려 도시 생활에 실증을 느끼고, 향수를 자극하는 과거로의 회귀를 지향하는 흐름이 문화예술분야에 두드러지게 나타나고 있다.³¹⁸⁾ 이러한 경향은 ‘역사주의’, 혹은 ‘복고풍’으로서, 향수를 일으키는 친숙하고 오래된 것을 단순히 모방하는 것을 넘어 더욱 새롭게 발전, 재생시키는 계기를 만들고 있다.³¹⁹⁾

전통문화로부터 산업화된 도시문화로의 이행과정은 물질적 풍요뿐만 아니라 도시의 익명성과 경쟁, 그에 따른 비인간화 현상을 함께 가져다주었다. 기계적으로 반복되는 삶의 리듬이 지배하는 도시에서 사람들은 고독을 느꼈고, 이러한 감정을 해소하기 위해 이미 익숙한 사물과 이미지들을 삶의 공간으로 가져와 배치하기 시작했다. 근대 도시공간에서 키치적 복고성은 바로 이러한 배경 속에서 등장하였다.³²⁰⁾

프레드릭 제임슨(Fredric Jameson, 1934~)은 제품에 나타나는 과거로의 역류현상의 의미를 “그것(지나간 것)을 다시 경험하고 싶은 억눌려진 욕망의 충족”³²¹⁾에서 찾을 수 있다고 주장했다. 과거에 유행했거나, 혹은 잊혔던 사물들이 재등장하는 현상은 과거에 대한 그리움의 심리, 그것을 다시 경험하려는 욕망 등 회귀적 삶의 모습을 찾고자 하는 인간본능의 정서적 여유의 표현³²²⁾이라 할 수 있다.

키치적 복고성에는 과거와 현재가 동시에 존재하며 중층적이고 혼재된 모습으로 서로 이어져있다. 미래를 향한 움직임은 동시에 과거로 향하는 반작

317) 광대영 (2005). 전계서, p.151.

318) 장미숙, 양숙희 (1999). 전계서, p.419.

319) 엘르 편집부 (1996). 『엘르; ELLE(/12)』, 허스트중앙편집부, p. 286.

320) 오창섭 (1997). 「키치현상을 통해 본 제품의 사회 문화적 기능」, 서울대학교 석사학위논문, p.118.

321) Jameson, Fredric, 윤호병(역) (1994). 「포스트모더니즘과 소비사회」, Hal Foster(편), 『반미학』, 서울: 현대미학사, p.184.

322) 김선형, 임도연 (2009). 「메이크업에 나타난 포스트모더니즘에 관한 연구」, 한국미용학회지, 15(3), p.1131.

용적 움직임을 동반하며, 자연과 함께하는 전원적 삶에 대해 향수를 느끼거나 자신이 몸담고 있는 현실을 벗어나 국적 불명과 시간초월적인 키치가 범람하는 현상 등의 과거 회귀적 키치특성은 이러한 반작용의 흐름과 관계가 있는 것이다.³²³⁾

미래를 향해 빠른 속도로 변해가는 현실과는 달리 느낌을 이야기하는 복고성은 향수적 감성을 자극하고 심리적 안정감을 제공한다. 즉, 과거에 대한 그리움의 정서를 달래려는 의도를 숨기지 않고 일부러 드러냄으로써 무겁고 긴장된 삶으로부터 우리를 해방시키고 정서를 위로하는 것이다. 정서의 위로는 새로움에 대한 거부감을 없애는 역할을 하고, 빠른 속도로 변해가는 물질적 환경과 더디게 변해가는 인간 정서사이의 완충 역할을 수행한다.³²⁴⁾

<그림91>은 언제나 레트로 메이크업을 선보이며 고전적 이미지를 트레이드마크로 삼는 디타 본 티즈의 메이크업 화보이다. 곁을 살린 각진 눈썹과 눈 밑의 점, 붉은 입술이 1960~1970년대의 섹시한 할리우드스타를 연상시키며 복고적 이미지를 나타낸다.

<그림92>는 깊은 아이 홀을 연출함으로써 복고적 이미지를 표현했다. 메이크업에서 고전적 이미지를 나타내기 위해 홀을 연출하는 것은 매우 일반적인 방법으로, <그림92> 역시 짙은 홀과 복고적 헤어스타일로 향수적 심리를 자극한다.

<그림93>은 마치 1980년대의 잡지커버를 보는 듯하다. 1980년대에 유행하던 패션스타일을 현대적 감각으로 재연출하여, 과거의 정겨움으로 인한 심리적 안정감을 주며 세련된 복고적 이미지를 표현하고 있다.

<그림94>는 1980~1990년대 풍의 메이크업과 카우보이를 연상시키는 패션으로 보는 이의 생각을 과거의 익숙한 특정 이미지로 연결시키며 공감을 불러일으킨다. 두꺼운 아이브로우와 촌스러운 의상의 색상 등이 복고적 느

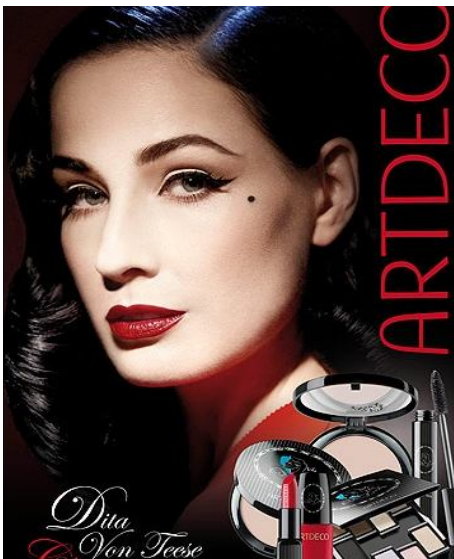
323) 광대영 (2005). 전게서, p.151.

324) 오창섭 (2012). 전게서, pp.203-207.

킴을 준다.

<그림95>와 <그림96>은 과거의 느낌을 물씬 풍기는 이미지로, <그림95>는 클레오파트라의 메이크업 스타일을 현대적으로 재해석하여 표현하였고, <그림96>은 과거의 유행패션을 재현하여 촌스럽지만 세련된 모습을 표현하였다. 서로 다른 분위기의 모델이지만, 고유의 고전적인 페이스라인과 조화를 이루며 키치의 복고적 이미지를 연출하고 있다.

<그림97>과 <그림98>은 앨범 콘셉트가 복고풍에 맞추어진 경우로, 반복적 패턴의 프린트가 박힌 의상과 고전적인 단발머리 등이 라인을 강조한 진한 아이메이크업과 함께 복고적 이미지를 연출하고 있다. 이는 과거로 회귀하고자 하는 대중들의 심리를 충족시켜주면서 앨범발매당시 복고스타일을 크게 유행시키며 대중에게 많은 사랑을 받았다.



<그림91> 복고적 키치메이크업 (1) 325)



<그림92> 복고적 키치메이크업 (2) 326)

325) Dita Von Teese (1972~, 미국, 모델), <<http://untitled-magazine.com/dita-von-teese-make-up-launch/>>, 검색일 2013.11.19.

326) 강민경 (1990~, 한국, 가수/탤런트), In 다비치, <DAVICH CODE>, Single Album Jacket, 2013.



<그림93> 복고적 키치메이크업 (3) 327)



<그림94> 복고적 키치메이크업 (4) 328)



<그림95> 복고적 키치메이크업 (5) 329)



<그림96> 복고적 키치메이크업 (6) 330)

327) Lily Collins (1989~, 미국, 영화배우/모델), 『GLAMOUR(7월호)』, Condé Nast UK, Cover, 2013.
 328) Julia Frauche (1988~, 프랑스, 모델), 『유피에이』, Cover, 2012.

329) Liah Cecchellero (1987, 프랑스, 모델), <<http://www.fashiongonerogue.com/liah-cecchellero-wears-retro-style-u-magazine-shxpir/>>, 검색일 2013.10.13.

330) Carey Mulligan (1985~, 영국, 영화배우), 『Vogue; USA(5월호)』, 유피에이, Cover, 2013.



<그림97> 복고적 키치메이크업 (7) 331)



<그림98> 복고적 키치메이크업 (8) 332)

이렇듯 우리에게 이러한 스타들의 모습은 너무나 익숙한 것이며, 우리는 스타의 이러한 모습들을 통해 무의식적으로 심리적 위로를 바라고 있다. 키치적 복고성은 이런 욕망을 해소하려는 소비자의 심리를 겨냥한 상업적 생산에 이용되기도 하면서 과거의 양식에 현대적 감각이 더해진 세련된 복고 스타일의 표현을 가능하게 해주었다.

331) 효민 (1989~, 한국, 가수/탤런트), In 티아라(T-ara), <Roly-Poly In 코파카바나>, Mini repackage Album Jacket, 2011.

332) 유빈 & 예은, In 원더걸스(WonderGirls), <<http://www.a-cube.co.kr/artist01/>>, 검색일 2013.10.13.

V. 결론

수많은 정보와 다양한 관념들이 넘쳐나는 글로벌시대를 살아가는 현대인들은 사상의 혼란과 주체성의 상실을 겪고 있다. 존재하는 모든 것들이 여러 시각과 실험적 접근을 통해 사고되고 충격적인 재해석들이 난무하는 다원화 사회 속에서 사람들은 자신만의 가치관과 자아를 확립하며 주체적 삶을 살아가기 위한 방법을 모색하게 되었다. 현대사회에서 메이크업은 기능적, 미적 효과를 동시에 갖는 훌륭한 자기표현의 수단으로 인식되고 있으며, 이는 대중적이면서도 다양한 성격을 가진 키치의 영향으로 ‘키치메이크업’이 되어 대중의 신념과 인간의 의식을 표현하는 미적인 매개체로 기능하고 있다. 키치메이크업이 대중들에게 더욱 호응 받으며 보편화된 메이크업으로 자리 잡기 위해서는 시대의 유행과 대중의 기호가 반영된 키치메이크업만의 스타일이 형성되어야 하고, 이는 다양한 실험적 연구를 통한 차별화된 디자인개발이 뒷받침되어야 한다.

본 연구는 키치메이크업에 대한 기본지식과 근거를 제공하여 시대와 대중의 취향에 부합하는 디자인이 개발되는데 도움이 되고자 키치메이크업의 미적특성과 대중스타의 메이크업에 나타난 키치특성에 대해 연구하였다. 연구의 이해도와 타당성을 높이기 위해 키치, 키치메이크업, 대중스타에 관한 이론적 탐구과정을 거치고, 전문적이고 체계화적인 연구결과를 도출하기 위해 키치메이크업의 특성을 분석하였다. 분석된 자료와 2000년대 이후 활동 중인 국내외 대중스타의 메이크업 사진을 바탕으로 대중스타의 메이크업에 나타난 키치적 요소를 연구하였으며, 그 연구결과는 다음과 같다.

첫째, ‘과잉장식성’은 후기자본주의사회에서 나타난 수집열의 현대적 형태로, 누적·축적성, 부적합성, 공감각성, 기능장애성 등의 키치적 성격을 반영

한다. 저속하고 유치한 장식물들의 무질서한 누적을 통해 산만하고 과도한 과잉적 이미지를 연출한다. 온갖 장식적인 기술들의 과감한 결합은 품위와 통일감이 상실된 저속하고 현란한 느낌의 이미지를 연출하여 시각적 집중현상을 일으킨다.

둘째, ‘관능성’은 쾌락주의로부터 시작되는 즐거움을 통해 인간의 본능인 성적 욕구를 가볍고 유희적으로 풀어내는 키치적 요소로서, 성을 가시화한 키치적 이미지는 소비영역에서 교환의 매개로 기능한다. 노출을 통해 직접적으로 관능미를 연출하는 패션분야와 달리, 관능적 키치메이크업은 의도하려는 관능적 이미지를 극대화해주는 효과가 있으며 주로 어두운 눈매와 붉은 입술로 표현된다.

셋째, ‘놀이성’은 지루한 일상에서 벗어나 즐거움으로 이동하려는 도피심리를 바탕으로 유희적 쾌락과 자유의 감정을 제공한다. 키치적 놀이성은 반대되는 두 가지 욕구, 선한 것을 유지하려는 욕구와 윤리적 제약을 벗어나려는 욕구를 절충하며, 진지하지 않은 형태로 기발하고 재미있게 표현된다. 형식에 얽매이지 않는 흥미위주의 디자인으로 장난스러움 등을 나타낸다.

넷째, ‘과시성’은 부러움의 시선을 기대하는 심리에서 비롯되고, 그 시선이 강렬할수록 대상의 가치가 높아진다. 사물과의 관계로 형성된 이미지는 사회적 정체성을 구성하고 타인의 관심을 주목시키는 효과적 과시수단이 되지만, 이미 수많은 사람들의 선망의 대상이 되어 높은 이미지 가치를 지닌 대중스타들의 경우, 사물과 관계된 이미지뿐만 아니라 의도된 모든 이미지가 효과적인 과시의 수단이 된다.

다섯째, ‘대리만족성’은 환상을 통해 욕구를 해소하려는 심리에서 비롯된다. 대리적 정서체험을 함으로써 희망과 현실의 괴리, 욕망과 현실의 갈등, 부러움과 결핍의 감정 등을 극복하고 대리적 만족감을 얻는 것이다. 이러한 키치적 대리만족성은 대중스타와 관련되어 여러 가지 유형으로 나타나며, 대중들은 현실에서 불가능한 희망들을 대중스타의 모습에 투영하여 대리만

족한다.

여섯째, ‘복고성’은 과거로의 회귀를 지향하고 과거를 새롭게 이용, 발전, 재생시키는 것으로, 향수적 감성을 자극하고 심리적 안정감을 제공한다. 과거와 현재가 중층적으로 혼재되어 존재하며, 빠르게 변하는 물질적 환경과 더디게 변하는 인간적 정서를 완충해준다. 과거의 양식에 현대적 감각이 더해진 세련된 복고 스타일로 표현된다.

이상의 결과에서 알 수 있듯이 키치는 실제로 대중스타의 메이크업에 드물지 않게 응용되고 있다. 비단 메이크업뿐만 아니라 대중스타의 전반적인 스타일에서 빈번히 나타나고 있으며, 우리가 그것을 키치라고 인지하지 못할 뿐, 우리는 이미 키치에 익숙해져 있다. 패션쇼에서 보여 지는 키치메이크업이 일반메이크업으로 대중화 되는 것은 현시점의 미적관념에 비추어볼 때 무리가 있지만, 대중스타에게서 보여 지는 키치메이크업들은 충분히 대중적이고 트렌디하며 상용화 가능한 면모를 보여주고 있다. 이처럼 키치는 낯설고 난해한 어떤 예술이 아니라 현대의 소비사회, 대중문화, 자본주의와 함께 하며, 우리의 삶 속에 항상 존재하는 공기와도 같은 것이다.

앞으로 많은 사람들이 키치를 일상적인 것으로 받아들이고 키치메이크업이 보편화된 하나의 스타일로 자리 잡게 하기 위한 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이며, 이러한 연구를 통한 키치와 키치메이크업에 대한 정확한 이해는 키치문화의 발달과 함께 무한한 키치메이크업의 발전 가능성을 넓혀주어 현대메이크업문화의 성장에도 도움이 될 것이라 사료된다.

참고문헌

[단행본]

* 국내서적

- 강준만 (1995). 「우리는 왜 유행에 약하나」, 『지성과 패기(3,4)』, 선경그룹.
- 김광숙 (2001). 『The MAKE UP』, 서울: 예림.
- 김민수 (1996). 「키치광고의 속성과 문화적 상징성」, 『월간디자인(DESIGN)(6)』 서울: 디자인하우스.
- 김호석 (1998). 『스타시스템』, 서울 : 삼인.
- 미술비평연구회 (1994). 『문화변동과 미술비평대응』, 서울: 시각과 언어.
- 박성봉 (1996). 『대중예술의 미학』, 서울: 동연.
- 박성봉 (1995). 『대중예술의 이론들』, 서울: 도서출판 동연.
- 엘르 편집부 (1996). 『엘르; ELLE(/12)』, 허스트중앙편집부, p. 286.
- 오창섭 (2012). 『내 결의 키치』, 서울: 흥시.
- 원용진 (1996). 『대중문화의 패러다임』, 서울: 한나래.
- 임종태 (2001). 『스타메이커』, 서울: 창작시대.
- 장규수 (2011). 『한류와 스타시스템』, 서울: 스토리하우스.
- 정삼호 (1996). 『현대 패션 모드』, 서울: 교문사.
- 정운길 (2003). 『FASHION !문자료사전』, KOR한국사전연구소.
- 진중권 (2007). 『호모 코레아니쿠스』, 서울: 웅진지식하우스.
- 한명숙 (1999). 『() 마뎀아쥬 예술』, 서울: 청구문화사.
- 허형근 (1983). 『민중 옛센스 독한사전』, 서울: 민중서림.

문예출판사.

- Merleau-Ponty, Maurice, 오병남(역) (1983). 『현상학과 예술』, 서울: 서광사.
- Moles, Abraham, 엄광현(역) (1995). 『키치란 무엇인가』, 서울: 시각과 언어.
- Morin, Edgar, 이상률(역) (1992). 『스타』, 서울: 문예출판사.
- Osborn, Harold, 한국미술연구소(역) (2001). 『옥스퍼드 20세기 미술사전』, 서울: 시공사.
- Sharratt, Bernard (1995). 「대중연극에서 대중적인 것의 정치학」, 박성봉(편역), 『대중예술의 이론들』, 서울: 동연.
- Thuller, Gabriele, 황종민(역) (2007). 『어떻게 이해할까? 키치』, 서울: 미술문화.
- Toffler, Alvin, 이규행(역) (1993). 『제3 | 물결』, 서울: 한국경제신문사.
- Wolff, Janet, 이성훈(역) (1994). 『미학과 예술사회학』, 서울: 이론과 실천.
- Wolff, Janet, 이성훈/이현석(역) (1992). 『예술의 사회적 생산』, 서울: 한마당.
- Wright, Elizabeth, 권택영(역) (1993). 『정신분석비평』, 서울: 문예출판.

* 국외서적

- Danniell, J. Boorstin (1975). 『*The image: A guide to pseudo-event in america*』, NY: Random House.
- Dofes, Gillo (1969). 『*Kitsch: The world of bad taste*』, NY: Universe Books.
- Jukka, Gronow (1997). 『*The sociology of taste*』, N.Y: Routledge.
- Killy, Walther (1978). 『*Deutscher kitsch: Ein Versuch mit beispiele*』

n』, Gottingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

· Piper, David (1988). 『The random house dictionary of art and artists』, NY: Random House.

· Ueding, Gert (1979). 「Rhetorik des kitsches」, In Jochen Schulte-Sasse(Ed.), 『Literarischer kitsch』, Tübingen: Niemeyer.

[논문]

* 학술지논문

· 광대영 (2005). 「현대 디자인에 나타난 키치의 유형과 표현특성에 관한 연구」, 기초조형학연구, 6권 2호, pp.145-157, 한국기초조형학회.

· 김선아 (2007). 「현대 패션에 나타난 키치적 헤어 아트 특성에 관한 연구」, 한국미용학회지, 13권 3호, pp.1492-1450, 한국미용학회.

· 김선형, 임도연 (2009). 「메이크업에 나타난 포스트모더니즘에 관한 연구」, 한국미용학회지, 15권 3호, pp.1129-1137, 한국미용학회.

· 김용래 (2005). 「대중 문화산업과 스타시스템」, 문명연지, 6권 3호, pp.165-191, 한국문명학회.

· 김인숙, 김경옥 (1999). 「현대패션에 표현된 키치 연구」, 한국복식학회지, 47권 47호, pp.143-159, 한국복식학회.

· 김희숙 (1996). 「20 : 대중스타를 중심으로」, 한국미용학회지, 2권 1호, pp.27-53, 한국미용학회.

· 도경은 (2008). 「유행 패션스타일이 대중에게 전파되는 과정에 관한 연구: 셀러브리티를 중심으로」, 한국디자인문화학회지, 14권 3호, pp.182-190, 한국디자인문화학회.

· 류미자 (2000). 「Kitsch | 생성과 그 기능에 대한 연구」, 홍익대학교 디자인논문집, 4권, pp.97-107, 홍익대학교 산업디자인연구소.

- 박길순, 이수인 (2000). 「현대 헤어스타일에 나타난 키치미의 상징성 연구」, 한국생활과학회지, 9권 3호, pp.371-382, 한국생활과학회.
- 박선희, 임영자 (2007). 「오뜨꾸뛰르 컬렉션에서 본 메이크업경향에 관한 연구: 2003 S/S 이후 크리스찬 디올을 중심으로」, 한국복식학회지, 57권 1호, pp.83-92, 한국복식학회.
- 박완선 (1999). 「대중문화 특성에 따른 신세대들의 키치문화 수용태도에 관한 연구: Sticker Photo 를 중심으로」, 논문집, 17권, pp.117-130, 혜전대학교.
- 박일호 (2007). 「진지한 예술과 키치」, 한국미학회지, 52권, pp.149-181, 한국미학회.
- 서은혜, 김경희, 문윤경 (2009). 「현대 메이크업에 나타난 키치적 특성 연구: 2008~ 2009 S/S, F/W 패션쇼를 중심으로」, 한국미용학회 학술발표 논문집, pp.118-121, 한국미용학회.
- 이민경, 한명숙 (2003). 「현대 키치패션에 표현된 조형적 특성」, 복식문화연구, 11권 4호, pp.578-590, 복식문화학회.
- 이성현, 김선형 (2012). 「메이크업에 나타난 키치의 미적 특성: 패션 컬렉션과 대중 스타를 중심으로」, 한국미용학회지, 18권 2호, pp.420-428, 한국미용학회.
- 이숙연, 정영미 (2010). 「현대 메이크업에 나타난 모더니즘 연구: 1920 !대와 2000 !대 이후를 중심으로」, 한국메이크업디자인학회지, 6권 1호, pp.65-76, 한국메이크업디자인학회.
- 이은정 (2006). 「현대 헤어디자인에 표현된 키치 특성에 관한 연구」, 한국두피모발미용학회지, 2권 3호, pp.63-78, 대한미용학회.
- 이희승, 조규화 (2006). 「영 스트리트 패션 형성에 미친 팝 스타의 패션 스타일 연구」, 패션비즈니스, 10권 4호, pp.114-129, 한국패션비즈니스학회.

성신여자대학교 석사학위논문.

- 김정숙 (1996). 「키치패션에의 미적 가치에 관한 연구: 향수성, 유희성을 중심으로」, 서울대학교 석사학위논문.
- 김하니 (2001). 「1990 !대 후반 패션 컬렉션에 나타난 색채의 특성」, 연세대학교 석사학위논문.
- 김혜정 (1996). 「현대 패션에 나타난 키치에 관한 연구」, 홍익대학교 석사학위논문.
- 남지아 (2009). 「코스메틱 브랜드에 나타나는 키치효과 연구」, 단국대학교 석사학위논문.
- 박경화 (2003). 「키치패션의 조형미 연구」, 홍익대학교 석사학위논문.
- 박선정 (2008). 「메이크업의 퓨처리즘 표현에 관한 연구: 2000 !대 이후 패션쇼메이크업을 중심으로」, 한성대학교 석사학위논문.
- 서승미 (1999). 「현대 키치 이미지 패션 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 안갑순 (1999). 「국내 패션에 표현된 키치에 관한 연구」, 국민대학교 석사학위논문.
- 양미정 (2001). 「디지털 시대의 광고에 나타난 키치적 요소와 문화의 상징성 연구: TV 광고를 중심으로」, 경희대학교 석사학위논문.
- 오창섭 (1997). 「키치현상을 통해 본 제품의 사회 문화적 기능」, 서울대학교 석사학위논문.
- 이경아 (1998). 「현대 패션에 나타난 유희성에 관한 연구: 희극적 특성을 중심으로」, 홍익대학교 석사학위논문.
- 이리라 (2003). 「효과적인 키치광고를 위한 색채배색 연구」, 홍익대학교 석사학위논문.
- 이연주 (2008). 「키치의 미적 특성을 응용한 패션스타일링 연구」, 이화여자대학교 석사학위논문.

- 이희승 (2005). 「엔터테인먼트 스타패션 연구」, 이화여자대학교 박사학위논문.
- 임혜진 (1998). 「한국 현대패션에 나타난 키치현상에 관한 연구」, 국민대학교 석사학위논문.
- 장미숙 (1999). 「현대 메이크업에 나타난 네오아방가르드 경향에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 장지인 (2006). 「현대 광고에 나타난 키치표현 연구: 국내 잡기광고를 중심으로」, 동덕여자대학교 석사학위논문.
- 정혜경 (1996). 「한국 대중문화 영역의 스타시스템 변화과정에 관한 연구: 캐니지먼트와 보조미디어를 중심으로」, 서울대학교 석사학위논문.
- 조경미 (2002). 「신세대 헤어스타일에 나타난 키치 특성에 관한 연구」, 대구가톨릭대학교 석사학위논문.
- 조아라 (2010). 「21 |기 키치패션에 관한 연구」, 건국대학교 석사학위논문.
- 진정식 (2001). 「키치미술과 대중문화에 관한 연구」, 홍익대학교 석사학위논문.

[기타]

- 나르샤 (1981~, 한국, 가수), In 브라운 아이드 걸스(Brown Eyed Girls), <맘마미야>, Solo repackage Album Jacket, 2010.
- 다비치(DAVICHI), <DAVICHI CODE>, Single Album Jacket, 2013.
- 보아(BoA), <Hurricane Venus>, The 6th Album Jacket, 2010.
- 브라운 아이드 걸스(Brown Eyed Girls), <MIRYO aka JOHONEY>, Solo Mini Album Jacket, 2012.
- 서인영, <Elly Is Cinderella>, Mini Album Jacket, 2008.

- 스피카(SPICA), <LONELY>, Mini 2nd Album Jacket, 2012.
- 씨스타19(SISTAR19), <AILONE>, Mini Album Jacket, 2012.
- 씨엘(CL), In 2ne1, <The BADDEST FEMALE>, Solo Album Jacket, 2013.
- 이하이, <It's Over>, The 1st Album Jacket, 2013.
- 이효리, <H-Logic>, The 4th Album Jacket, 2010.
- 카라(KARA), <STEP>, The 3rd Album Jacket, 2011.
- 태티서(TTS), <Twinkle>, Mini Album Jacket, 2012.
- 트러블메이커(Trouble Maker), <Chemistry>, '내일은 없어' M/V, 2013.
- 티아라(T-ara), <Roly-Poly In 코파카바나>, Mini repackage Album Jacket, 2011.
- 『Beauty+(11월호)』, 더북컴퍼니, Cover, 2012.
- 『GLAMOUR(7월호)』, Condé Nast UK, Cover, 2013.
- 『V MAGAZINE(62월호)』, 유피에이, Cover, 2009.
- 『Vogue; Africa(8월호)』, CondeNet, Cover, 2010.
- 『Vogue; Asia(11월호)』, 유피에이, Cover, 2012.
- 『Vogue; Europe(11월호)』, 유피에이, Cover, 2012.
- 『Vogue; Paris(3월호)』, CondeNet, Cover, 2009.
- 『Vogue; Russia(11월호)』, CondeNet, Cover, 2010.
- 『Vogue; Spain(11월호)』, CondeNet, Cover, 2010.
- 『Vogue; USA(5월호)』, 유피에이, Cover, 2013.

[인터넷]

- <<http://alltimemakeup.blogspot.kr/>>
- <<http://blog.naver.com/7777yy?Redirect=Log&logNo=60159824740>>

- <<http://blog.naver.com/at0821/>>
- <http://blog.naver.com/js_ryuu/>
- <<http://blog.naver.com/kachi6292/>>
- <http://blog.naver.com/lets_makeup/>
- <<http://blog.naver.com/lovejjangdan/>>
- <<http://blog.naver.com/ryu01161/>>
- <http://blog.naver.com/yujin_323/>
- <<http://bntnews.hankyung.com/>>
- <<http://cafe.naver.com/chauveausinchon/>>
- <<http://cafe.naver.com/ujbbeautyac/>>
- <<http://cosmopolitan.joins.com/article>>
- <<http://kara.dspmedia.co.kr/>>
- <<http://kotakoti.com/>>
- <<http://marilynmanson.com/>>
- <<http://mnbmagazine.joins.com/magazine/>>
- <<http://nabaram5x.blog.me/30160728714>>
- <<http://terms.naver.com/>>
- <<http://tokyofashion.com/>>
- <<http://tubetint.blog.me/20096556135>>
- <<http://untitled-magazine.com/>>
- <<http://www.a-cube.co.kr/artist01/>>
- <<http://www.ad.co.kr/ad/tv/>>
- <<http://www.beautyramp.com/>>
- <<http://www.chinadaily.com.cn/>>
- <<http://www.doopedia.co.kr/doopedia/>>
- <<http://www.eyeshadowlipstick.com/>>

- <<http://www.fashiongonerogue.com/>>
- <<http://www.londonnet.co.uk/>>
- <<http://savagelyyours.com/>>
- <<http://www.styleite.com/>>
- <<http://www.yunakim.com/>>

Abstract

A Study on Kitsch Elements in Make-up of Popular Stars
- Focused on Domestic and Foreign Popular Stars Since 2000s -

KWON, Seong Hyo

Make-up and Special effect make-up Major
The Graduate School of Convergence Design and Arts
Sungshin Women's University

Modern society consciously manufactures fantastic dreams and images based on popular culture and capitalism and instigates people's aspirations for unreachable life and opportunities, thus generating economic profits and consumption culture. Fashion creates an aesthetic world, being a part of the capitalist dream world. Modern people sensitive to vogues place huge value and significance on fashion and take great interest in it. Today fashion is influenced not only by a myriad of external elements for embellishment such as clothing, hairdo, make-up, accessory, nail art, and tattoo, but also by something of mood such as scent, voice and TOP and even by behavioral styles such as way of talking and gesture. In a word, it expands its scope as a fashion image beyond a mere style.

Settling down as part of civilized human life with the birth of popular culture, kitsch has been manifested in all areas of modern consumption society beyond art and continued to develop along with popular culture,

meeting the various needs of human being. Modern times respects cultural diversity and individual tastes and presents the complex mixture of numerous concepts, ideologies, and information with the boundaries blurred among them. Living in such an era, people wish to remain as independent beings by establishing their own values and self-consciousness. With the development of beauty industry in modern society, make-up has become an effective means of displaying one's individuality and value to those who try to express their identity with fashion images. Reflecting subjective aesthetic senses, make-up has combined with the context of "kitsch" of strong individuality. As a result, a new type of make-up called kitsch make-up was born, which reflects popular tastes, the consciousness of subculture, and the kitsch culture sought after by the times as well as one's identity.

The flood of kitsch today immerses the surroundings in kitsch. Recently kitsch features are often observed in the fashion of popular stars, which means that kitsch is evolving into a core code of vogue and consumption culture and also shows the possibilities of kitsch make-up being popularized and commercialized. Kitsch make-up design reflecting the vogues and popular tastes of the times should be developed in order for kitsch make-up to be preferred and universalized among the public. Kitsch make-up should also make a strategic approach and conduct in-depth analysis to develop a design that will meet the taste of people and times according to the flow of modern society pursuing differentiation and changing at an alarming rate.

This study presents a research on kitsch elements in the make-up of

popular stars active home and abroad from the 2000s to the present time. The study theoretically examined "kitsch," the essence of the research, and "popular culture and stars" to demonstrate the validity of the subjects, sorted out and investigated the meanings and characteristics of kitsch make-up along with fashion show materials, and analyzed kitsch elements in the make-up of popular stars based on the investigated characteristics. The study thus set out to provide many people with the basic information about kitsch and kitsch make-up and the knowledge about their aesthetic characteristics and contribute to the development of kitsch make-up design to satisfy the tastes of the times and people.

Meaning the imitation of old artistic pieces, something vulgar, or cheap popular art, "kitsch" is characterized by accumulation and amassment, inappropriateness, synesthesia, neutrality, romanticism, and pleasantness and connected to high-grade and popular culture encompassing common art, popular fashion, and more today. Kitsch is found across all aspects of society along with popular culture in today's modern society based on capitalism and consumption culture.

"Popular stars" represent the values and tastes of the public, leading the vogues of the times. They are the idols of media era, stirring up the psychology of imitation and aspiration. Their make-up gets attention from the public and reflects the make-up characteristics and trends of the times.

"Kitsch make-up" opens up a door to various and creative make-up expressions, having enormous impacts on the development of make-up culture. It is usually expressed rustic or corny in avant-garde and

subjective senses and has physical and psychological aesthetic characteristics. It expresses kitsch images through physical characteristics of stimulating primary colors, kitsch "colors" of high brightness and chroma, low-priced familiar and childish "materials," and the direction technique to ignore the "shape" of face. It thus displays such psychological characteristics as "playfulness," which brings laughter to watchers through surprise, pleasant sensation, and sense of superiority, "pictoriality," which depicts forms with an array of methods including the partition of colors, lines, and side, collage, and objet, "nostalgia," which expresses the emotions of social liberation such as desire of escaping from the world and longing for childish innocence, "decadence," which is found in the hedonism of modern civilization and is usually expressed in a sensual and androgynous manner, and "resistance," which is expressed in improper forms, containing the individuality and will for resistance of subcultural groups.

The kitsch elements in the make-up of popular stars include the followings: first, "excessive decoration" to produce desultory and exaggerated images through the "excessive accumulation" of low-brow and corny ornaments; second, "sensuality" to address the basic sexual desire of man in a light and playful fashion; third, "playfulness" to offer playful pleasantness and free emotions based on the psychology of flight out of boring daily life to happiness; fourth, "exhibitionism" to derive from the expectation for the jealous eyes, make up the social identity, and attract the interest of others; fifth, "vicarious satisfaction" to stem from the psychology of resolving needs through fantasy and overcome the emotions in shortage through vicarious emotional

experiences; and finally, "restoration" to seek after a return to the past, bring about psychological stability, and utilize, develop and regenerate the past anew.

Kitsch is a common thing that is always located within our life and we are accustomed to. Ongoing research efforts designed to help kitsch make-up settle down as a universalized style will make a contribution to the development of mature kitsch culture and the growth of make-up culture.